

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный аграрный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной,
воспитательной работе и
молодежной политике
доцент Ю.З. Кирова

« » 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Сельскохозяйственный маркетинг

Направление подготовки: *38.04.01 Экономика*

Профиль: *Аграрная экономика и управление*

Название кафедры: *Государственное управление и деловое
администрирование*

Квалификация: *магистр*

Форма обучения: *очная, заочная*

Кинель 2023

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Сельскохозяйственный маркетинг» является формирование у магистров системы компетенций в области маркетинговой деятельности сельскохозяйственных предприятий в современных условиях АПК.

Для достижения поставленной цели при освоении дисциплины решаются следующие задачи:

- развитие навыков рыночного мышления у магистрантов и умения принимать стратегические и тактические решения по вопросам сельскохозяйственного маркетинга;
- изучение приемов, методов ведения маркетинговой работы сельскохозяйственных предприятий;
- освоение методик анализа рыночной среды сельскохозяйственных предприятий в целях планирования маркетинговой деятельности.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Б1.В.03 «Сельскохозяйственный маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина читается в 1 семестре 1 курса очной формы обучения и во 2 и 3 семестрах 1,2 курса заочной формы обучения.

3 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (в соответствии с ФГОС ВО и требованиями к результатам освоения ОПОП):

Код компетенции	Результаты освоения ОПОП (Содержание компетенций)	Индикаторы достижения результатов обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1.Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними	Знает: проблемы, возникающие при изучении экономического процессов. Умеет: анализировать проблемы, возникающие при изучении экономического процессов в системе сельскохозяйственного маркетинга Владеет навыками анализа проблемы, возникающие при изучении маркетинговых процессов
	ИУК-1.2. Осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов решений	Знает: особенности поиска, систематизации информации по изучению процессов и явлений, происходящих в маркетинговой деятельности Умеет: осуществлять поиск, отбор и систематизировать информацию, которая необходима для проведения маркетинговых исследований Владеет: умением осуществлять анализ проблем касающихся анализа проблем, с которыми сталкиваются в процессе проведения научных исследований с сфере аграрного маркетинга
	ИУК-1.3. Критически оценивает надежность источников информа-	Знает: особенности работы с источниками информации, связанной с научными исследованиями в экономике

	<p>ции, работает с противоречивой информацией из разных источников</p>	<p>Умеет: критически оценивать надежность используемых источников, которые были задействованы в процессе проведения маркетинговых исследований в сельском хозяйстве</p>
	<p>ИУК-1.4. Предлагает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом ограничений и рисков</p>	<p>Знает основы системного и междисциплинарного подходов с учетом ограничений и маркетинговых рисков Умеет предложить и содержательно аргументировать стратегию решения проблемной ситуации в маркетинге</p>
<p>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>ИУК-2.1 Формулирует проектную задачу и возможный способ ее решения</p>	<p>Знает: особенности формулирования задач, их построение, методику постановки и способы их достижения в области стратегического планирования деятельности в маркетинге Умеет: формулировать главные задачи, которые ведут к реализации цели стратегического планирования в рамках сельскохозяйственного маркетинга Владеет: навыками формулирования важных проектных задач в соответствии с маркетинговыми целями</p>
	<p>ИУК-2.2. Разрабатывает концепцию и план проекта в рамках обозначенной проблемы: с учетом имеющихся ресурсов и возможностей</p>	<p>Знает: сущность разработки концепции и плана проекта с учетом ресурсов и возможностей, используя SWOT -анализ Умеет: формировать и разрабатывать план проекта в рамках его концепции стратегического маркетинга в сельском хозяйстве Владеет: навыками разработки концепции плана проекта с учетом его ресурсной базы, возможностей и перспектив стратегического маркетинга</p>
	<p>ИУК-2.3. Управляет реализацией проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта.</p>	<p>Знает: теоретические и практические аспекты стратегического планирования в сельскохозяйственном маркетинге. Умеет: управлять проектом в случае присутствия в проекте отклонений, изменений в области зоны ответственности в рамках маркетинга Владеет: навыками эффективного управления проектом при наличии в нем отклонений при реализации стратегии сельскохозяйственного маркетинга</p>
<p>ПК-5 Способен к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>ИД-1/ПК-5 Демонстрирует знания разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров (услуг), создания нематериальных активов (брендов) и управления ими в организации</p>	<p>Знает условия разработки и внедрения инновационных товаров (услуг) Умеет определить направленность маркетинговой программы в сельскохозяйственной сфере</p>

	ИД-2/ПК-5 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации	Знает как разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации с учетом результатов маркетингового исследования Умеет выделить перспективные направления маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга в сельском хозяйстве
	ИД-2/ПК-5 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать комплекс маркетинга	Умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать комплекс маркетинга для целей сельского хозяйства Владеет навыками разработки комплекса маркетинга с учетом конъюнктуры аграрного рынка

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.
для очной формы обучения

Вид учебной работы		Трудоемкость дисциплины		Семестры (кол-во недель в семестре)	
		Всего часов	Объем контактной работы	1 (18)	
Аудиторная контактная работа (всего)		32	32	32	
в том числе:	Лекции	16	16	16	
	Практические занятия	16	16	16	
Самостоятельная работа обучающегося (всего), в том числе:		112	0,25	112	
СРС в семестре:	Изучение вопросов, выносимых на самостоятельное изучение	54		54	
	Подготовка к практическим занятиям	54		54	
СРС в сессию:	Зачет с оценкой	4	0,25	4	
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		Зачет с оценкой		Зачет с оценкой	
Общая трудоемкость, ч.		144	0,25	144	
Общая трудоемкость, зачетные единицы		4		4	

для заочной формы обучения

Вид учебной работы		Трудоемкость дисциплины		Семестры (кол-во недель в семестре)	
		Всего часов	Объем контактной работы	2 (3)	3 (3)
Аудиторная контактная работа (всего)		16	16	8	8
в том числе:	Лекции	6	6	2	4
	Практические занятия	6	6	2	4
Самостоятельная работа обучающегося (всего), в том числе:		132	0,25	32	96

СРС в семестре:	Изучение вопросов, выносимых на самостоятельное изучение	64		16	46
	Подготовка к практическим занятиям	64		16	46
СРС в сессию:	Зачет с оценкой	4	0,25		4
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		Зачет с оценкой			Зачет с оценкой
Общая трудоемкость, ч.		144	0,25	36	108
Общая трудоемкость, зачетные единицы				1	3

4.2 Тематический план лекционных занятий для очной формы обучения

№ п/п	Тема лекционных занятий	Трудоемкость, ч.
1	Сущность и особенности маркетинга в агропромышленном комплексе. Методология сельскохозяйственного маркетинга.	4
2	Обеспечение качества и конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции.	4
3	Стратегический подход в управлении сельскохозяйственным предприятием и планировании его деятельности	4
4	Совершенствование маркетинговой деятельности в АПК	4
Всего		16

для заочной формы обучения

№ п/п	Тема лекционных занятий	Трудоемкость, ч.
1	Сущность и особенности маркетинга в агропромышленном комплексе. Методология сельскохозяйственного маркетинга.	2
2	Обеспечение качества и конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции.	2
3	Стратегический подход в управлении сельскохозяйственным предприятием и планировании его деятельности	2
Всего		6

4.4 Тематический план практических занятий для очной формы обучения

№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Трудоемкость, ч.
1	Роль маркетинга в системе принятия управленческих решений сельскохозяйственных предприятий	2
2	Методика анализа макросреды STEP/PEST конкретного сельскохозяйственного предприятия	2
2	Методика анализа факторов макросреды QUEST конкретного сельскохозяйственного предприятия	2
2	Методика анализа угроз и возможностей макросреды ETOM конкретного сельскохозяйственного предприятия	2
2	Методика определения ключевых факторов успеха конкретного сельскохозяйственного предприятия	2
3	Создание модели стратегического планирования конкретного сельскохозяйственного предприятия	2

3	Оценка бизнес- портфеля сельскохозяйственного предприятия с использованием модели БКГ	2
4	Процесс разработки плана маркетинга	2
Всего часов		16

для заочной формы обучения

№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Трудоемкость, ч.
2	Методика анализа макросреды STEP/PEST конкретного сельскохозяйственного предприятия	2
2	Методика анализа угроз и возможностей макросреды ЕТОМ конкретного сельскохозяйственного предприятия	2
2	Методика определения ключевых факторов успеха конкретного сельскохозяйственного предприятия	2
Всего часов		6

4.6 Тематический план лабораторных работ

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

4.7 Самостоятельная работа

для очной формы обучения

Вид самостоятельной работы	Название (содержание работы)	Объем акад. часы
Изучение вопросов, выносимых на самостоятельное изучение	Самостоятельное изучение литературы по дисциплине	54
Подготовка к практическим занятиям	Изучение пройденного лекционного материала, подготовка ответов по выбранным темам	54
Зачет с оценкой	Подготовка к зачету	4
ИТОГО		112

для заочной формы обучения

Вид самостоятельной работы	Название (содержание работы)	Объем акад. часы
Изучение вопросов, выносимых на самостоятельное изучение	Самостоятельное изучение литературы по дисциплине	64
Подготовка к практическим занятиям	Изучение пройденного лекционного материала, подготовка ответов по выбранным темам	64
Зачет с оценкой	Подготовка к зачету	4
ИТОГО		132

5 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины необходимо начать с ознакомления с рабочей программой. Особое внимание следует обратить на вопросы, выносимые для самостоятельного изучения. В тезисах лекций представлен теоретический материал по дисциплине согласно рабочему плану, в конце приведены вопросы для контроля знаний.

Изучая дисциплину необходимо равномерно распределять время на проработку лекций, самостоятельную работу по выполнению практических работ, самостоятельную работу по подготовке к практическим занятиям. Вопросы теоретического курса, вынесенные на самостоятельное изучение, наиболее целесообразно осваивать сразу после прочитанной лекции, составляя конспект по вопросу в тетради с лекционным материалом.

При работе с литературой следует обратить внимание на источники основной и дополнительной литературы, приведенные в рабочей программе. Для большего представления о дисциплине возможно ознакомление с периодическими изданиями последних лет, Интернет-источниками.

При подготовке к зачету с оценкой особое внимание следует обратить на следующие моменты: экзамен проводится в устной форме, при подготовке лучше структурировать и конспектировать материал; дисциплина считается сданной успешно если студент освоил все компетенции на базовом уровне.

6 ОСНОВНАЯ, ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

6.1 Основная литература

6.1.1 Чернопятов, А.М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / А.М. Чернопятов .— М. : Издательство «Палеотип», 2015 .— 346 с. — ISBN 978-5-94727-676-3 .— Режим доступа:

<https://rucont.ru/efd/322448>

6.1.2 Маркетинг : учебное пособие [Электронный ресурс] / Сотникова И.Н., Купряева М.Н. — Самара : РИЦ СГСХА, 2016 .— 94 с. — ISBN 978-5-88575-421-7 .— Режим доступа:

<https://rucont.ru/efd/369096>

6.2 Дополнительная литература

6.2.1 Шарифьянова, З. Ф. Маркетинг : учеб. пособие / С. А. Никонова, Уфимск. гос. акад. экон. и сервиса, З. Ф. Шарифьянова .- Уфа : УГАЭС, 2011 .- [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://rucont.ru/efd/228574>

6.2.2 Лебедева, Н.А. Основы менеджмента и маркетинга: учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] / О.А. Королева, Н.А. Лебедева .— Орел : ОрелГТУ, 2010 .— 75 с. — 73 с. — Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/140042>

6.2.3 Сергеева, Е. А. Менеджмент и маркетинг. Ч. 1. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. С. Брысаев, Е. А. Сергеева .— Казань : КГТУ, 2010 .— 199 с. — 199 с. — ISBN 978-5-7882-0834-3 .— Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/229642>

6.3. Программное обеспечение:

6.3.1. Microsoft Windows 7 Профессиональная 6.1.7601 Service Pack 1;

6.3.2. Microsoft Windows SL 8.1 RU AE OLP NL;

6.3.3. Microsoft Office стандартный 2013;

6.3.4. Microsoft Office Standard 2010;

6.3.5. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition;

6.3.6. WinRAR:3.x: Standard License – educational –EXT;

6.3.7. 7 zip (свободный доступ)

6.4. Перечень информационно-справочных систем и профессиональных баз данных:

6.4.1. <http://www.consultant.ru> – справочная правовая система «Консультант Плюс».

6.4.2. <http://www.garant.ru> – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации «Гарант».

7 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, ауд. 3236. <i>Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.</i>	Учебная аудитория на 12 посадочных мест, укомплектованная специализированной мебелью (компьютерные столы, стулья), компьютерной техникой (12 рабочих станций) и техническими средствами обучения (переносной проектор, переносной ноутбук, переносной экран)
2	Учебная аудитория для проведения занятий лек-	Учебная аудитория на 24 посадочных места, уком-

	ционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, ауд. 701. Самарская область, г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д.7 Б	плектованная специализированной мебелью (столы, стулья, учебная доска) и техническими средствами обучения: (нетбук, проектор мультимедиа)
3	Помещение для самостоятельной работы, ауд. 3310а (читальный зал) Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.	Помещение на 6 посадочных мест, укомплектованное специализированной мебелью (компьютерные столы, стулья) и оснащенное компьютерной техникой (6 рабочих станций), подключенной к сети «Интернет» и обеспечивающей доступ в электронную информационно-образовательную среду университета
4	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, ауд. 3203б. Самарская обл., г. Кинель, п.г.т. Усть-Кинельский, ул. Спортивная, д. 8А.	Специальный инструмент и инвентарь для учебного оборудования: кисточки для очистки компьютеров и комплектующих, спирт, комплектующие и расходные материалы

8 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1 Виды и формы контроля по дисциплине

Контроль уровня усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных навыков (владений) осуществляется в рамках текущего и промежуточного контроля в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся.

Текущий контроль освоения компетенций по дисциплине проводится при изучении теоретического материала, выполнении заданий на практических занятиях. Текущему контролю подлежит посещаемость обучающимися аудиторных занятий и работа на занятиях. Итоговой оценкой освоения компетенций является промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой, проводимая с учетом результатов текущего контроля

8.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы в рамках учебной дисциплины

Оценочные средства для проведения текущей аттестации

Ситуационные и практические задачи

Задача «Мультиатрибутивная модель товара»

Проведите анализ товарного предложения вашего предприятия по мультиатрибутивной модели товара, используя предложенные форматы.

Задача «Ключевые факторы успеха»

1. Проведите выбор и оценку КФУ для основных рынков вашей компании в сравнении со стратегическими конкурентами по представленной методике.
2. Дайте предложения (гипотезы) относительно возможных стратегических решений для вашего предприятия.

Задача (STEP/PEST/ ETOM /QUEST)

1. Подберите команду экспертов.
2. Определите объект анализа.
3. Используйте одну из методик анализа макросреды для своего предприятия, его отдельных подразделений или бизнес – единиц.

Ситуационная задача: «Оценка бизнеса по общей портфельной матрице»

1. Выберите критерий структурирования бизнес - портфеля предприятия.
2. Структурируйте существующий портфель и определите объемы продаж отдельных элементов портфеля в динамике за 3-5 лет.

3. Рассчитайте пропорциональные доли продаж отдельных элементов портфеля в общем портфеле путем пересчета фактических объемов продаж в относительные.
4. Отберите факторы по методике оценки привлекательности рынков
5. Согласно выбранному перечню факторов привлекательности проведите необходимые исследования и определите показатели для каждой единицы портфеля.
6. Эксперты должны проставить значения весов отдельных показателей в общей интегральной оценке и разработать согласованную систему пересчета показателей
8. Проведите отбор факторов по методике оценки силы позиции бизнеса компании по отраслевым КФУ.
9. Согласно выбранному перечню факторов проведите необходимые исследования и проставьте оценку для каждой единицы портфеля.
10. Эксперты должны проставить вес каждого фактора в общей интегральной оценке и разработать согласованную систему пересчета показателей.
11. Далее для каждой единицы портфеля рассчитайте интегральный показатель силы бизнеса компании.
12. Подготовьте итоговую форму таблицы интегрированных показателей по всем единицам портфеля.
13. Нанесите на шаблон общей портфельной матрицы позиции каждой единицы.
14. Проведите анализ полученных результатов совместно с другими портфельными моделями, например БКГ, и используйте результаты для стратегического анализа и планирования в рамках КМСП.

Критерии и шкала оценки групповых и индивидуальных практических и ситуационных задач:

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если им усвоены некоторые элементарные знания основных вопросов по дисциплине; допущены ошибки и неточности, показывающие недостаточность овладения необходимой системой знаний по дисциплине;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он обладает необходимой системой знаний и владеют некоторыми умениями по дисциплине, понимает и интерпретирует освоенную информацию, у студента сформированы умения и навыки для решения практических задач;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он продемонстрировал результаты на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, навыками и способами деятельности по дисциплине. Студент способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практических ситуациях.
- оценка «отлично» выставляется студенту, если достигнутый им уровень обучения по дисциплине является основой для формирования общекультурных компетенций, соответствующих требованиям ФГОС. Студент способен использовать сведения из различных источников для успешного анализа в практических ситуациях.

Устный опрос

Перечень контрольных вопросов

1. Характеристика основных элементов макросреды.
2. Методика анализа макросреды STEP/PEST.
3. Методика анализа угроз и возможностей макросреды ЕТОМ.
4. Методика анализа факторов макросреды QUEST.
5. Характеристика основных элементов микросреды.
6. Качественные методики SWOT-анализа.
7. Количественные методики проведения SWOT-анализа.
8. Преимущество стратегического подхода в бизнесе и понятие стратегического маркетинга.
9. Связь корпоративных и маркетинговых стратегий.

10. Формирование стратегической модели корпоративного планирования (КСМП)
11. Использование методик портфельного анализа в КСМП.
12. Модель возможностей развития товара/рынка И. Ансоффа.
13. Методика анализа конкурентных сил Портера.
14. Модель анализа бизнес-портфеля БКГ. Критика и ограничения модели. Методика анализа.
15. Методика оценки портфеля модели GE. Проблемы и ограничения модели.
16. Методика анализа портфеля по общей портфельной матрице.
17. Использование баз данных PIMS в процессе стратегического планирования.
18. Определение управленческой проблемы и формулирование исследовательского вопроса для подготовки задания на исследование.
19. Понятие сегментации рынка.
20. Этапы сегментации рынка и выбора целевых сегментов.
21. Обоснование и выбор критериев сегментации.
22. Выбор и разработка целевого рынка.
23. Выбор позиционирования.
24. Мультиатрибутивная модель товара.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Зачет с оценкой по дисциплине проводится по билетам.

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Самарский государственный аграрный университет»

Направление подготовки: 38.04.01 Экономика
Профиль: Аграрная экономика и управление
Кафедра: Менеджмент и маркетинг

Дисциплина «Сельскохозяйственный маркетинг»

Билет № 1

1. Мультиатрибутивная модель товара.
2. Методы ценообразования.

Составитель _____ О.В. Пашкина
Заведующий кафедрой _____ А.Г. Волконская

«__» _____ 20__ г.

Перечень вопросов к зачету с оценкой

1. Развитие сельскохозяйственного маркетинга, его место и роль в процессе рыночной деятельности предприятия.
2. Структура агропромышленного комплекса.
3. Определение продовольственного маркетинга. Значение маркетинга в АПК.
4. Сущность функций маркетинга и их классификация.
5. Особенности продовольственного маркетинга
6. Понятие маркетинговой среды сельскохозяйственного предприятия.
7. Характеристика основных элементов макросреды.
8. Методика анализа макросреды STEP/PEST.

9. Методика анализа угроз и возможностей макросреды ЕТОМ.
10. Методика анализа факторов макросреды QUEST.
11. Характеристика основных элементов микросреды.
12. Качественные методики SWOT-анализа.
13. Количественные методики проведения SWOT-анализа.
14. Преимущество стратегического подхода в бизнесе и понятие стратегического маркетинга.
15. Связь корпоративных и маркетинговых стратегий.
16. Формирование стратегической модели корпоративного планирования (КСМП)
17. Использование методик портфельного анализа в КСМП.
18. Модель возможностей развития товара/рынка И. Ансоффа.
19. Методика анализа конкурентных сил Портера.
20. Модель анализа бизнес-портфеля БКГ. Критика и ограничения модели. Методика анализа.
21. Методика оценки портфеля модели GE. Проблемы и ограничения модели.
22. Методика анализа портфеля по общей портфельной матрице.
23. Использование баз данных PIMS в процессе стратегического планирования.
24. Определение управленческой проблемы и формулирование исследовательского вопроса для подготовки задания на исследование.
25. Понятие сегментации рынка.
26. Этапы сегментации рынка и выбора целевых сегментов.
27. Обоснование и выбор критериев сегментации.
28. Выбор и разработка целевого рынка.
29. Выбор позиционирования.
30. Мультиатрибутивная модель товара.
31. Методика анализа и проектирования мультиатрибутивной модели товарного предложения.
32. Торговая марка как инструмент маркетинговой политики компании.
33. Разработка нового товара.
34. Понятие и цели ценообразования.
35. Методы ценообразования.
36. Установление цены на новый товар.
37. Понятие процесса распределения товаров в маркетинге.
38. Каналы сбыта: структура, построение, управление.
39. Виды торговых посредников.
40. Особенности процесса коммуникации в маркетинге.
41. Использование технологии бенчмаркинга в управлении маркетинговой деятельностью компании.

8.3 Критерии оценивания уровня сформированности компетенций

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов знать, уметь, владеть заявленных дисциплинарных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания

Шкала оценивания зачета с оценкой

Оценка	Уровень освоения компетенций	Критерии
«отлично»	высокий уровень	Обучающийся показал знания основных положений дисциплины, умение решать конкретные поставленные задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной литературе, умение правильно оценить полученные результаты расчетов.
«хорошо»	повышенный уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в

		ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
«удовлетворительно»	пороговый уровень	Обучающийся имеет знания только по основному материалу, но не усвоил его детально, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает затруднения в выполнении практических работ.
«неудовлетворительно»	минимальный уровень не достигнут	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно с большими затруднениями выполняет практические работы или отказывается от ответа.

8.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по дисциплине проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

Контроль текущей успеваемости обучающихся – текущая аттестация – проводится в ходе семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний; формирования у них умений и навыков; своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке; совершенствованию методики обучения; организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- на занятиях (опрос, решение практических и ситуационных задач);
- по результатам проверки качества конспектов лекций и иных материалов;
- по результатам отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя, проводимой в часы самоподготовки, по имеющимся задолженностям.

Контроль за выполнением обучающимися каждого вида работ может осуществляться поэтапно и служит основанием для предварительной аттестации по дисциплине.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине требованиям ФГОС по направлению подготовки в форме зачета с оценкой.

Зачет с оценкой проводится после завершения изучения дисциплины в объеме рабочей учебной программы. Форма проведения зачета определяется кафедрой (устный – по билетам, либо путем собеседования по вопросам; письменная работа, тестирование и др.). Оценка по результатам зачета с оценкой – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях.

Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения обучающимися знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций, обучающихся основана на следующих стандартах:

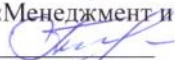
1. Периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.

4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1	Практические и ситуационные задачи	Совместная деятельность группы обучающихся с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Комплект практических и ситуационных задач
2	Устный опрос	Устный опрос по контрольным вопросам терминам может проводиться в начале/конце практического занятия, либо в течение всего практического занятия по заранее выданной тематике. Выбранный преподавателем обучающийся может отвечать с места либо у доски.	Контрольные вопросы по темам дисциплины
3	Экзамен	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций обучающегося. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практикоориентированными заданиями.	Комплект вопросов к зачету с оценкой

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО).

Рабочую программу разработал:
доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг», канд. экон. наук
О.В. Пашкина 

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»,
«2» мая 2023 г., протокол №9

Заведующий кафедрой
канд. экон. наук, доцент А.Г. Волконская



СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии
экономического факультета
канд. экон. наук, доцент Ю.Н. Кудряшова



Руководитель ОПОП ВО
канд. экон. наук, профессор А.А. Пенкин



И.о. начальника УМУ М.В. Борисова

