

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Алейник Станислав Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.08.2022 16:07:24

Уникальный программный ключ:

5258223550ea9fbeb2377616699b644b33d89867b1255891f288e913a1351f9e

1

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени В.Я.ГОРИНА»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета,
к.э.н., доцент, Китаев
уч. степень, уч. звание Ф.И.О.

« 23 »

ср

2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Практический маркетинг в агропромышленном комплексе

наименование дисциплины

Направление подготовки : 38.04.01 Экономика

шифр, наименование

Направленность (профиль): Экономика и управление на предприятии АПК

Квалификация: магистр

Год начала подготовки: 2022

Майский, 2022

Рабочая программа дисциплины составлена с учетом требований:

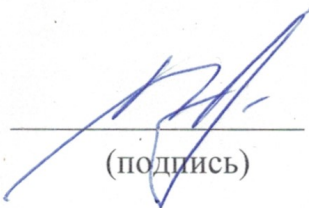
- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки/ специальности 38.04.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 11.08.2020 г. № 939;
- порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 06.04.2021 № 245;

Составитель: к.э.н., доцент Китаёв Ю.А..

Рассмотрена на заседании кафедры экономики
«18» мая 2022 г., протокол №12

Зав. кафедрой _____  Голованева Е.А.

Руководитель основной
профессиональной
образовательной программы

_____ 
(подпись)

А.П. Бреславец

I. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель дисциплины: сформировать у студентов систему профессиональных знаний, умений и навыков по вопросам практической реализации маркетинговой деятельности, пониманию современных рыночных процессов в агропромышленном комплексе и применение его эффективных технологий маркетинга в АПК.

1.2. Задачи: овладение знаниями методов, приемов и организации агромаркетинга на предприятиях, овладение навыками и умением, необходимыми для разработок и реализации маркетинговых программ, ориентированных на максимальный эффект в агробизнесе, а именно:

- формирование знаний о ценовой политике и ценообразовании на предприятиях АПК России;
- освоение особенностей технологии организации маркетинга, управления им и принятия маркетинговых решений;
- освоение особенностей товародвижения, рекламной деятельности на предприятиях АПК;
- сформировать представление о концепции маркетинга в агропромышленном комплексе путем рассмотрения различных элементов этого понятия.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ (ОПОП)

2.1. Цикл (раздел) ОПОП, к которому относится дисциплина

Дисциплина **Практический маркетинг в агропромышленном комплексе** относится к дисциплинам части основной профессиональной образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.05).

2.2. Логическая взаимосвязь с другими частями ОПОП

Наименование предшествующих дисциплин, практик, на которых базируется данная дисциплина (модуль)	1. Современные проблемы в экономике
	2. Аналитическая экономика
Требования к предварительной подготовке обучающихся	<p>знать: методологические основы экономики, менеджмента и маркетинга; особенности экономики, маркетинга организаций различных сфер деятельности и форм собственности;</p> <p>уметь: использовать принципы эффективного управления экономикой и маркетингом организации;</p> <p>владеть: профессиональной терминологией, навыками диагностики экономического состояния, маркетинга организации; навыками проведения системного анализа.</p>

III. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Коды компетенций	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	<p>УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними, определяя вопросы (задачи) подлежащие дальнейшей разработке</p>	<p>знать: основные концепции маркетинга и современные тенденции в области маркетинга; уметь: осуществлять маркетинговую деятельность, имеющую практическую направленность (с учетом специфики складывающегося российского рынка); владеть: навыками маркетинговой деятельности на всех её этапах, начиная от планирования маркетинга, заканчивая оценкой его результативности.</p>
		<p>УК-1.2. Предлагает способы решения проблемной ситуации исходя из осуществленного поиска вариантов решения на основе доступных источников информации</p>	<p>знать: существующие и применяемые подходы, идеи, решения в практическом маркетинге на перспективу; уметь: разрабатывать мероприятия в области маркетинга применительно к АПК с учетом поведения конкурентной среды; владеть: навыками самостоятельного анализа и работы в области практического маркетинга и разработки комплекса мероприятий.</p>
		<p>УК-1.3 Разрабатывает стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности</p>	<p>Знать: содержание современной маркетинговой концепции управления; Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю маркетинговую среду предприятия, выявляя ее ключевые элементы и оценивая их влияние на предприятие; Владеть: способностью к обобщению, анализу и восприятию маркетинговой информации; постановке маркетинговых целей и стратегий, выбору путей их достижения</p>

IV. ОБЪЕМ, СТРУКТУРА, СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

4.1. Распределение объема учебной работы по формам обучения

Вид работы (в соответствии с учебным планом)	Объем учебной работы, час	
	Очная	Заочная
Формы обучения (вносятся данные по реализуемым формам)	3	3
Семестр изучения дисциплины	3	3
Общая трудоемкость, всего, час	108	108
зачетные единицы	3	3
1. Контактная работа		
1.1. Контактная аудиторная работа (всего)	26,25	16,75
В том числе:		
Лекции (<i>Лек</i>)	10	4
Лабораторные занятия (<i>Лаб</i>)		
Практические занятия (<i>Пр</i>)	16	6
Практическая подготовка в форме практических занятий (<i>ПППЗ</i>)	-	-
Установочные занятия (<i>УЗ</i>)	-	2
Предэкзаменационные консультации (<i>Конс</i>)	-	-
Текущие консультации (<i>ТК</i>)	-	4,5
1.2. Промежуточная аттестация		
Зачет (<i>КЗ</i>)	0,25	0,25
Экзамен (<i>КЭ</i>)	-	-
Выполнение курсовой работы (проекта) (<i>КНKP</i>)		
Выполнение контрольной работы (<i>ККН</i>)	-	
1.3. Контактная внеаудиторная работа (контроль)	19	4
2. Самостоятельная работа обучающихся (всего)	62,75	87,25
в том числе:		
Самостоятельная работа по проработке лекционного материала	6	2
Самостоятельная работа по подготовке к лабораторно-практическим занятиям	10	4
Работа над темами (вопросами), вынесенными на самостоятельное изучение	36,75	61,25
Самостоятельная работа по видам индивидуальных заданий: подготовка реферата (контрольной работы)	10	20
Подготовка к зачету	-	-

4.2 Общая структура дисциплины и виды учебной работы

Наименование модулей и разделов дисциплины	Объемы видов учебной работы по формам обучения, час									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Всего	Лекции	Лабораторно-практ. занятия	Практическая подготовка в форме практических занятий	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Лабораторно-практ. занятия	Практическая подготовка в форме практических занятий	Самостоятельная работа
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Модуль 1. «Практический маркетинг на агропредприятиях»	17,25	2	2	-	13,25	19,25	1	1	-	17,25
1. Введение в дисциплину «Практический маркетинг в АПК»	7,25	1	-	-	6,25	9,25	1	-	-	8,25
2. Возможности применения маркетинга в АПК	8	1	-	-	7	10	-	1	-	9
<i>Итоговое занятие по модулю 1</i>	2		2	-		-	-	-	-	
Модуль 2. «Процедуры практического маркетинга на агропредприятиях»	40	4	8	-	28	44	-	4	-	40
3. Проведение работ по анализу ассортимента продукции	10	1	2	-	7	11	-	1	-	10
4. Проведение работ по установлению отпускной цены	8	1	-	-	7	11	-	1	-	10
5. Разработка прогноза сбыта продукции	10	1	2	-	7	11	-	1	-	10
6. Проведение работ по организации товародвижения	10	1	2	-	7	11	-	1	-	10
<i>Итоговое занятие по модулю 2</i>	2		2	-	-	-	-	-	-	-
Модуль 3. «Управление практическим маркетингом»	31	4	6	-	21	33	1	3	-	30
7. Разработка и реализация программ по стимулированию сбыта	10	1	2	-	7	11	1	-	-	10
8. Проведения работ по рекламе продукции	8	1	-	-	7	11	1	-	-	10
9. Порядок проведения работ по разработке плана маркетинга и предложений по повышению его эффективности	11	2	2	-	7	11	1	1	-	10
<i>Итоговое занятие по модулю 3</i>	2		2	-	-	-	-	-	-	
<i>Предэкзаменационные консультации</i>				-				-		
<i>Текущие консультации</i>				-				4,5		
<i>Установочные занятия</i>				-				2		
<i>Промежуточная аттестация</i>				0,25				0,25		
Контактная аудиторная работа (всего)	26,25	10	16	-	-	16,75	4	6	-	-
Контактная внеаудиторная работа (всего)				19				4		

Наименование модулей и разделов дисциплины	Объемы видов учебной работы по формам обучения, час									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	Всего	Лекции	Лабораторно-практ. занятия	Практическая подготовка в форме практических занятий	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Лабораторно-практ. занятия	Практическая подготовка в форме практических занятий	Самостоятельная работа
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Самостоятельная работа (всего)				62,75				87,25		
Общая трудоемкость				108				108		

4.3 Содержание дисциплины

Наименование и содержание модулей и разделов дисциплины
Модуль 1. Практический маркетинг на агропредприятиях
1. Введение в дисциплину «Практический маркетинг в АПК»
1.1. Предмет и задачи дисциплины «Практический маркетинг в АПК»
1.2. Основные тенденции практического маркетинга
2. Возможности применения маркетинга в АПК
2.1. Необходимость применения практического маркетинга на современном этапе развития рыночных отношений в аграрном секторе
2.2. Особенности применения маркетинга в АПК
2.3. Внутренний и международный рынки АПК России
2.4. Государственное регулирование рынка
<i>Итоговое занятие по модулю 1</i>
Модуль 2. Процедуры практического маркетинга на агропредприятиях
3. Проведение работ по анализу ассортимента продукции
3.1. Порядок проведения работ по анализу ассортимента продукции
3.2. Анализ выпускаемых видов продукции
3.3. Анализ ассортиментной политики основных конкурентов
3.4. Обоснование предложений относительно нового вида продукции
4. Проведение работ по установлению отпускной цены
4.1. Порядок проведения работ по установлению отпускной цены
4.2. Анализ динамики цен на продукцию конкурентов
4.3. Разработка предложений по установлению отпускной цены, видов и размеров скидок
5. Разработка прогноза сбыта продукции
5.1. Порядок составления прогноза сбыта продукции

Наименование и содержание модулей и разделов дисциплины
5.2. Маркетинговое обеспечение бизнес-плана
5.3. Разработка плана продаж
6. Проведение работ по организации товародвижения
6.1. Порядок проведения работ по организации товародвижения
6.2. Разработка предложений по организации взаимодействия служб маркетинга
6.3. Анализ и разработка предложений по совершенствованию порядка взаимодействия с покупателями
<i>Итоговое занятие по модулю 2</i>
Модуль 3. Управление практическим маркетингом
7. Разработка и реализация программ по стимулированию сбыта
7.1. Составление плана стимулирования сбыта
7.2. Разработка предложений по организации продаж
8. Проведения работ по рекламе продукции
8.1. Порядок проведения работ по рекламе продукции
8.2. Разработка плана рекламной кампании
8.3. Обоснование средств рекламной кампании
9. Порядок проведения работ по разработке плана маркетинга и предложений по повышению его эффективности
9.1. Порядок проведения работ по разработке плана маркетинга
9.2. Планирование с учетом тенденций в развитии пищевой промышленности, оптовой и розничной торговле продовольственными товарами
9.3. Разработка предложений по планированию маркетинга
9.4. Аудит выполнения плана маркетинга
<i>Итоговое занятие по модулю 3</i>

V. ОЦЕНКА ЗНАНИЙ И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Формы контроля знаний, рейтинговая оценка и формируемые компетенции (очная форма обучения)

№ п/п	Наименование рейтингов, модулей и блоков	Формируемые компетенции	Объем учебной работы					Форма контроля знаний	Количество баллов (min)	Количество баллов (max)
			Общая трудоемкость	Лекции	Лабор.-практ. занятия	Практич. подготовка в форме практич. занятий	Самост. работа			
Всего по дисциплине		УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3	108	10	16	-	62,75	экзамен	51	100
I. Рубежный рейтинг								Общая сумма баллов, набранная в ходе освоения	31	60
Модуль 1. Практический маркетинг на агропредприятиях		УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3	108	2	2	-	13,25		6	12
1.	Введение в дисциплину «Практический маркетинг в АПК»		7,25	1	-	-	6,25	Устный опрос	3	6
2.	Возможности применения маркетинга в АПК		8	1	-	-	7	Устный опрос, реферат	3	6
	<i>Итоговое занятие по модулю 1</i>		2		2	-		Тестирование, ситуационные задачи		
Модуль 2. Процедуры практического маркетинга на агропредприятиях		УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3	108	4	8	-	28		14	27
3.	Проведение работ по анализу ассортимента продукции		10	1	2	-	7	Устный опрос, реферат	3	6
4.	Проведение работ по установлению отпускной цены		8	1	-	-	7	Устный опрос, Реферат	3	7

5.	Разработка прогноза сбыта продукции		10	1	2	-	7	Устный опрос, решение задач, реферат	4	7
6.	Проведение работ по организации товародвижения		10	1	2	-	7	Устный опрос, решение задач, реферат	4	7
	<i>Итоговое занятие по модулю 2</i>		2		2	-	-	Устный опрос, реферат		
Модуль 3. Управление практическим маркетингом		УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3	31	4	6		21			21
7.	Разработка и реализация программ по стимулированию сбыта		10	1	2	-	7	Устный опрос, решение задач, реферат	3	7
8.	Проведения работ по рекламе продукции		8	1	-	-	7	Устный опрос, реферат	3	7
9.	Разработка и реализация программ по стимулированию сбыта		11	2	2	-	7	Устный опрос, решение задач, реферат	3	7
	<i>Итоговое занятие по модулю 3</i>		2	2		2	-	-		
II. Творческий рейтинг									2	5
III. Рейтинг личностных качеств									3	10
IV. Рейтинг сформированности прикладных практических требований									+	+
V. Промежуточная аттестация									15	25

5.2. Оценка знаний студента

5.2.1. Основные принципы рейтинговой оценки знаний

Оценка знаний по дисциплине осуществляется согласно Положению о балльно-рейтинговой системе оценки обучения в ФГБОУ Белгородского ГАУ.

Уровень развития компетенций оценивается с помощью рейтинговых баллов.

Рейтинги	Характеристика рейтингов	Максимум баллов
Рубежный	Отражает работу студента на протяжении всего периода изучения дисциплины. Определяется суммой баллов, которые студент получит по результатам изучения каждого модуля.	60
Творческий	Результат выполнения студентом индивидуального творческого задания различных уровней сложности, в том числе, участие в различных конференциях и	5

	конкурсах на протяжении всего курса изучения дисциплины.	
Рейтинг личностных качеств	Оценка личностных качеств обучающихся, проявленных ими в процессе реализации дисциплины (модуля) (дисциплинированность, посещаемость учебных занятий, сдача вовремя контрольных мероприятий, ответственность, инициатива и др.)	10
Рейтинг сформированности прикладных практических требований	Оценка результата сформированности практических навыков по дисциплине (модулю), определяемый преподавателем перед началом проведения промежуточной аттестации и оценивается как «зачтено» или «не зачтено».	+
Промежуточная аттестация	Является результатом аттестации на окончательном этапе изучения дисциплины по итогам сдачи зачета или экзамена. Отражает уровень освоения информационно-теоретического компонента в целом и основ практической деятельности в частности.	25
Итоговый рейтинг	Определяется путём суммирования всех рейтингов	100

Итоговая оценка компетенций студента осуществляется путём автоматического перевода баллов общего рейтинга в стандартные оценки:

Не зачтено	Зачтено	Зачтено	Зачтено
менее 51 балла	51-67 баллов	67,1-85 баллов	85,1-100 баллов

5.2.2. Критерии оценки знаний студента на зачете

Оценка «зачтено» на зачете определяется на основании следующих критериев:

- студент усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины и их значение для приобретаемой профессии, при этом проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;
- студент демонстрирует полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные в программе задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе;
- студент показал систематический характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценка «не зачтено» на зачете определяется на основании следующих критериев:

- студент допускает грубые ошибки в ответе на зачете и при выполнении заданий, при этом не обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;

- студент демонстрирует проблемы в знаниях основного учебно-программного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;
- студент не может продолжать обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

5.3. Фонд оценочных средств. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки формируемых компетенций по дисциплине (приложение 1)

VI. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная учебная литература

1. Карпова, С. В. Маркетинг и современность : монография / под общ. ред. д.э.н., проф. С. В. Карповой ; отв. ред. к.э.н. О. Н. Романенкова. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 267 с. — (Научная книга). - ISBN 978-5-9558-0361-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1851533>
2. Маркетинг : учебник / под ред. В. П. Третьяка. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 368 с. - ISBN 978-5-9776-0238-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843641>

6.2. Дополнительная литература

1. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 589 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1003504. - ISBN 978-5-16-014784-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003504>

6.2.1. Периодические издания

1. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». <http://www.mavriz.ru/>
2. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». <https://grebennikon.ru/journal-3.html>
3. Журнал «Новости маркетинга». <http://www.marketingnews.ru/>
4. Журнал «Секрет фирмы». <https://secretmag.ru/archive>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся заключается в инициативном поиске информации о наиболее актуальных проблемах, которые имеют большое практическое значение и являются предметом научных дискуссий в рамках изучаемой дисциплины.

Самостоятельная работа планируется в соответствии с календарными планами рабочей программы по дисциплине и в методическом единстве с тематикой учебных аудиторных занятий.

6.3.1. Методические указания по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	<p>Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.</p>
Практические занятия	<p>Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (методика полевого опыта), решение задач по алгоритму и решение ситуационных задач Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме.</p>
Самостоятельная работа	<p>Знакомство с электронной базой данных кафедры морфологии и физиологии, основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др. Решение ситуационных задач по своему индивидуальному варианту, в которых обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.</p> <p>Тестирование - система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.</p> <p>Контрольная работа - средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.</p>

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, полученные навыки по решению ситуационных задач

6.3.2. Видеоматериалы

1. Что такое маркетинг в агробизнесе? Российский агромаркетинг на практике <https://www.youtube.com/watch?v=FBp-hYEMucU>

1. Российский агропромышленный комплекс: успехи на внутреннем рынке и стратегия продвижения экспорта <https://www.youtube.com/watch?v=q5jxJ1E-SJg>

2. Каталог учебных видеоматериалов на официальном сайте ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ – Режим доступа: <http://bsaa.edu.ru/InfResource/library/video>

6.4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. www.cfin.ru – вопросы менеджмента и маркетинга.
2. <http://www.mavriz.ru/> – сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом».

3. www.marketolog.ru – сетевой журнал о маркетинге и рекламе;
4. www.marketing.spb.ru – публикации по вопросам маркетинга (брендинг, ценообразование, поведение потребителя, финансовый, международный, маркетинг и т.д.). Примеры маркетинговых исследований.

5. www.4p.ru – теория и практика маркетинга (брендинг, мерчендайзинг и др.).

6. [Справочно – правовая система КонсультантПлюс/ http://www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/)

7. [Справочно – правовая система Гарант/ http://www.garant.ru/](http://www.garant.ru/)

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории

Виды помещений	Оборудование и технические средства обучения
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа № 2.	Специализированная мебель на 200 посадочных мест. <i>Рабочее место преподавателя:</i> стол, стул, кафедра-трибуна напольная, доска меловая настенная. <i>Набор демонстрационного оборудования:</i> - проектор NEC (NP 405 G); - экран для проектора с электроприводом 406x305 ScreenChampion 4:3 MW; - ноутбук AsusK50C 15.6"/Celeron.

	<ul style="list-style-type: none"> - VGA-конвертер ATEN VE022; - 4 акустические колонки KENWOOD; - трансляционный микшер-усилитель ProAudioPA-913M; - беспроводной микрофон UHFSR40.
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 206.	<p>Специализированная мебель для обучающихся на 26 посадочных мест.</p> <p><i>Рабочее место преподавателя:</i> стол, стул, кафедра-трибуна настольная, доска меловая настенная.</p> <p><i>Набор демонстрационного оборудования:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - ЖК-телевизор TELEFUNKEN TF-LED55S60T2SU (диагональ 140 см); - мини-ПК ASUS Mini Desktop PC E520; - беспроводная клавиатура Logitech; - беспроводная мышь Logitech. <p><i>Информационные стенды (плашеты настенные):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Земельные ресурсы сельскохозяйственного предприятия; - Трудовые ресурсы сельскохозяйственного предприятия; - Основные производственные фонды сельскохозяйственного предприятия; - Специализация и концентрация производства в сельском хозяйстве; - Основные экономические показатели деятельности предприятия.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ (читальные залы библиотеки)	<p>Читальный зал (вход №009) на 37 посадочных мест с возможностью бесплатного подключения к Интернету через Wi-Fi и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ.</p> <p><i>Оборудование рабочего места библиотекаря:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - комплект компьютерной техники (системный блок, монитор, клавиатура, мышь) с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ; <p><i>Набор демонстрационного оборудования:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - настенный плазменный телевизор SAMSUNG PS50C450B1 Black HD (диагональ 127 см); - аудио-видео кабель HDMI (для подключения телевизора к компьютеру). <p>Читальный зал (вход №012) на 80 посадочных мест с возможностью бесплатного подключения к Интернету через Wi-Fi и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ, в том числе 10 мест, оснащенных комплектами компьютерной техники (системный блок, монитор, клавиатура, мышь) с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ.</p> <p><i>Оборудование рабочего места библиотекаря:</i></p> <p>библиотечная кафедра-стойка на три рабочих места; комплект компьютерной техники (системный блок, монитор, клавиатура, мышь) с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ.</p>
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования №214	<p>Специализированная мебель: 3 стола, 2 полумягких стула, 3 тумбочки, 2 книжных шкафа, 1 шкаф платяной двухстворчатый, 1 сейф.</p> <p>Рабочее место лаборанта: компьютер (системный блок, монитор клавиатура мышь), МФУ BROTHER (принтер, сканер, ксерокс).</p>

7.2. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Виды помещений	Оборудование
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа № 2.	MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acdmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно. Anti-virusKaspersryEndpointSecurity для бизнеса (Сублицензионный договор №28 от 08.11.2018) - 522 лицензия. Срок действия лицензии с 08.11.2018 по 08.11.2019
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации №206	MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acdmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно. Anti-virus Kaspersky Endpoint Security (Договор №963/2021 от 23.12.2021. Срок действия до 28.12.2022)
Помещения для самостоятельной работы обучающихся с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ (читальные залы библиотеки)	Microsoft Imagine Premium Electronic Software Delivery. Сублицензионный договор №937/18 на передачу неисключительных прав от 16.11.2018. Срок действия лицензии- бессрочно. MSOfficeStd 2010 RUSOPLNLAcdmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно. Anti-virus Kaspersky Endpoint Security (Договор №963/2021 от 23.12.2021. Срок действия до 28.12.2022) Информационно правовое обеспечение "Гарант" (для учебного процесса). Договор №ЭПС-12-119 от 01.09.2012. Срок действия - бессрочно. СПС КонсультантПлюс: Версия Проф. Консультант Финансист. КонсультантПлюс: Консультации для бюджетных организаций. Договор от 01.01.2017. Срок действия - бессрочно. RHVoice-v0.4-a2 синтезатор речи Программа Valabolka (portable) для чтения вслух текстовых файлов. Программа экранного доступа NDVA
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования № 214	MS Windows WinStrtr 7 Acdmc Legalization RUS OPL NL. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно. MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acdmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно. - Anti-virus Kaspersky Endpoint Security (Договор №963/2021 от 23.12.2021. Срок действия до 28.12.2022)

7.3. Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная

- ЭБС «ZNANIUM.COM», договор на оказание услуг № 5547эбс/118 с Обществом с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ» от 10.12.2021;
- ЭБС «AgriLib», лицензионный договор №ПДД 3/15 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе ФГБОУ ВПО РГАЗУ от 15.01.2015;
- ЭБС «Лань», договор №74 с Обществом с ограниченной ответственностью «Издательство Лань» от 08.10.2021;
- ЭБС «Рукопт», договор №ДС-284 от 15.01.2016 с открытым акционерным обществом «ЦКБ»БИБКОМ», с обществом с ограниченной ответственностью

«Агентство «Книга-Сервис».

VIII. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае обучения в университете инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются особенности психофизического развития, индивидуальные возможности и состояние здоровья таких обучающихся.

Образование обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий). На аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и (или) тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению университетом обеспечивается выпуск и использование на учебных занятиях альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы) а также обеспечивает обучающихся надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с

нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата материально-технические условия университета обеспечивают возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, а также пребывания в них (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов; наличие специальных кресел и других приспособлений). На аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации лицам с ограниченными возможностями здоровья, имеющим нарушения опорно-двигательного аппарата могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).