

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Алейник Станислав Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.10.2022 12:55:10

Уникальный программный ключ:

5258223550ea9fbeb23726a1609b644093d8986ab6255891288f913a1551bc

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»

2022



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Агромаркетинг

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Производственный менеджмент

Квалификация: бакалавр

Год начала подготовки: 2022

Майский, 2022

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена с учетом требований:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12.08.2020 г. № 970;
- 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;
- профессионального стандарта «Специалист по управлению рисками», утвержденного Министерством труда и социальной защиты РФ от 30.08.2018 № 564 н.

Составители: к.э.н., доцент Китаёв Ю.А., Сидоренко А.А.

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

Зав. кафедрой  Е.А. Голованева

Согласована с выпускающей кафедрой экономики 18 мая 2022 г., протокол № 12

Зав. кафедрой  Е.А. Голованева

Руководитель основной
профессиональной
образовательной программы

 А.А. Белов

I. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель дисциплины сформировать у студентов систему знаний грамотного использования рыночных законов удовлетворения потребностей покупателей и освоение методологии товарного обращения в современном обществе, обеспечивающих экономическую эффективность хозяйствующим субъектам в условиях рыночной экономики.

1.2. Задачи данной дисциплины заключаются в комплексном изучении теоретических, методических и организационных вопросов реализации маркетинга. Задачи включают: изучение теоретических основ маркетинга; методов маркетинговых исследований; планирование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики предприятия, исходя из требования рынка и потенциала предприятия; формирование покупательского спроса и стимулирование сбыта; разработка стратегии маркетинговой деятельности с определением ее целей, задач, ресурсов и механизма реализации; организация, управление и контроль маркетинговой деятельности; выявление особенностей маркетинга агропромышленного комплекса как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

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

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

Дисциплина Агротаркетинг относится к дисциплинам обязательной части основной профессиональной образовательной программы (Б1.О.18).

2.2. Логическая взаимосвязь с другими частями ОПОП

| | |
|---|---|
| Наименование предшествующих дисциплин, практик, на которых базируется данная дисциплина (модуль) | Системно-критическое мышление |
| | Финансово-экономическая культура |
| | Экономическая теория |
| | Институциональная экономика |
| Требования к предварительной подготовке обучающихся | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • особенности поведения субъектов экономики в различных рыночных структурах; • основные макроэкономические показатели; • условия и виды равновесия национального рынка; • направления стабилизационной политики государства; • основные способы использования ключевых понятий экономической науки для экономического моделирования и анализа хозяйственных процессов, систем и проблемных ситуаций. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять полученные знания для принятия экономических решений актуальных экономических проблем, возникающих как в личной, так и в |

| | |
|--|---|
| | <p>общественной жизни;</p> <ul style="list-style-type: none"> • строить простейшие экономические модели, используемые в современном экономическом мышлении для научного анализа разнообразных хозяйственных процессов, систем и проблемных ситуаций. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками решения ситуационных экономических задач; • методами экономических исследований и обработки статистической информации на микро- и макроуровне. |
|--|---|

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 |
|------------------|---|--|--|
| ОПК-4 | Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций | ОПК-4.2 Способен выявлять и оценивать возможности развития организации с учетом имеющихся ресурсов и новых направлений деятельности | <p>знать: современное состояние и перспективы развития различных отраслей экономики; основные источники информации для маркетинговых исследований; рыночные возможности, их использование, анализ и обработку маркетинговой информации, а также модели потребительского поведения; принципы, методы и цели рыночной сегментации, содержание формирования спроса и стимулирования сбыта, знать модели потребительского поведения</p> <p>уметь: применять основные экономические знания; использовать маркетинговую информацию и выявлять информационные потребности пользователей; использовать рыночные возможности и выполнять их анализ, составлять и обрабатывать маркетинговую информацию, критически оценивать варианты управленческих решений; оценивать риски рынка и последствия социально-экономического характера</p> <p>владеть навыками сбора и обработки необходимых данных об экономических процессах; навыками подготовки экономических обзоров научной литературы и электронных информационно-образовательных ресурсов в различных сферах деятельности; навыками самостоятельной работы по поиску информации в области маркетинга и разработки комплекса маркетинговых мероприятий с учетом отечественной и зарубежной практик; ос-</p> |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | новами маркетинга для организации эффективной работы хозяйствующего субъекта на рынке |
|--|--|--|---|

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 | Очно-заочная |
| Формы обучения (вносятся данные по реализуемым формам) | | |
| Семестр изучения дисциплины | 3 | 3 |
| Общая трудоемкость, всего, час | 108 | 108 |
| зачетные единицы | | |
| 1. Контактная работа | | |
| 1.1. Контактная аудиторная работа (всего) | 38,4 | 22,4 |
| В том числе: | | |
| Лекции (<i>Лек</i>) | 18 | 10 |
| Лабораторные занятия (<i>Лаб</i>) | | |
| Практические занятия (<i>Пр</i>) | 18 | 10 |
| Установочные занятия (<i>УЗ</i>) | | |
| Предэкзаменационные консультации (<i>Конс</i>) | 2 | 2 |
| Текущие консультации (<i>ТК</i>) | - | |
| 1.2. Промежуточная аттестация | | |
| Зачет (<i>КЗ</i>) | | |
| Экзамен (<i>КЭ</i>) | 0,4 | 0,4 |
| Выполнение курсовой работы (проекта) (<i>КНKP</i>) | | |
| Выполнение контрольной работы (<i>ККН</i>) | - | |
| 1.3. Контактная внеаудиторная работа (контроль) | 18 | 21 |
| 2. Самостоятельная работа обучающихся (всего) | 51,6 | 64,6 |
| в том числе: | | |
| Самостоятельная работа по проработке лекционного материала | 10 | 6 |
| Самостоятельная работа по подготовке к лабораторно-практическим занятиям | 10 | 6 |
| Работа над темами (вопросами), вынесенными на самостоятельное изучение | 5,6 | 16,6 |
| Самостоятельная работа по видам индивидуальных заданий: подготовка реферата (контрольной работы) | 10 | 20 |
| Подготовка к экзамену | 16 | 16 |

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 | | | | Очно-заочная форма обучения | | | |
| | Всего | Лекции | Лабораторно-практич. занятия | Самостоятельная работа | Всего | Лекции | Лабораторно-практич. занятия | Самостоятельная работа |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 6 | 7 | 8 | 9 | 11 |
| Модуль 1. Теоретические и методические основы науки агромаркетинг | 38 | 8 | 8 | 22 | 36 | 4 | 4 | 28 |
| Тема 1. Введение в дисциплину агромаркетинг. Понятие, сущность и содержание агромаркетинга | 10 | 2 | 2 | 6 | 8 | 2 | - | 6 |
| Тема 2. Маркетинговые исследования | 12 | 4 | 2 | 6 | 10 | 2 | - | 8 |
| Тема 3. Сегментирование и целевой рынок | 10 | 2 | 2 | 6 | 10 | - | 2 | 8 |
| <i>Итоговое занятие по модулю 1</i> | 6 | | 2 | 4 | 8 | - | 2 | 6 |
| Модуль 2. Комплекс маркетинга | 49,6 | 10 | 10 | 29,6 | 48,6 | 6 | 6 | |
| Тема 4. Товар в системе комплекса маркетинга | 12 | 4 | 2 | 6 | 10 | 2 | 2 | 6 |
| Тема 5. Цена в системе комплекса маркетинга | 10 | 2 | 2 | 6 | 10 | 2 | - | 8 |
| Тема 6. Система товародвижения | 10 | 2 | 2 | 6 | 10 | - | 2 | 8 |
| Тема 7. Маркетинговые коммуникации | 10 | 2 | 2 | 6 | 10 | 2 | - | 8 |
| <i>Итоговое занятие по модулю 2</i> | 7,6 | | 2 | 5,6 | 8,6 | - | 2 | 6,6 |
| <i>Предэкзаменационные консультации</i> | | | 2 | | | | 2 | |
| <i>Текущие консультации</i> | | | - | | | | - | |
| <i>Установочные занятия</i> | | | - | | | | - | |
| <i>Промежуточная аттестация</i> | | | 0,4 | | | | 0,4 | |
| <i>Контактная аудиторная работа (всего)</i> | 38,4 | 18 | 18 | - | 22,4 | 10 | 10 | - |
| <i>Контактная внеаудиторная работа (всего)</i> | | | 18 | | | | 21 | |
| <i>Самостоятельная работа (всего)</i> | | | 51,6 | | | | 64,6 | |
| <i>Общая трудоемкость</i> | | | 108 | | | | 108 | |

4.3 Содержание дисциплины

| Наименование и содержание модулей и разделов дисциплины |
|---|
| Модуль 1. Теоретические и методические основы науки агромаркетинг |
| Тема 1. Введение в дисциплину агромаркетинг. Понятие, сущность и содержание агромаркетинга |
| Маркетинг: философия и методология современного предпринимательства. Цели, виды и задачи маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Функции маркетинга. Комплекс маркетинга |
| Тема 2. Маркетинговые исследования |
| Маркетинговая среда: внутренняя и внешняя. Система маркетинговой информации. Маркетинговые исследования. Процесс маркетингового исследования и основные направления маркетинговых исследований. |
| Тема 3. Сегментирование и целевой рынок |
| Сегментирование рынка: сущность, цель и необходимость. Выбор целевого сегмента. Позиционирование товара. Стратегии охвата рынка |
| <i>Итоговое занятие по модулю 1</i> |

| Наименование и содержание модулей и разделов дисциплины | |
|---|--|
| Модуль 2. Комплекс маркетинга | |
| Тема 4. Товар в системе комплекса маркетинга | |
| Понятие товара в маркетинге, его характеристики. Классификация товаров. Жизненный цикл товара, характеристика его стадий. Качество и конкурентоспособность товара. Товарный ассортимент. Товарный знак, торговая марка и бренд. Упаковка и маркировка товара. Сервис и гарантийное обслуживание | |
| Тема 5. Цена в системе комплекса маркетинга | |
| Сущность и роль ценовой политики. Методы ценообразования. Маркетинговые ценовые. Изменение цен: системы скидок, премий | |
| Тема 6. Система товародвижения | |
| Сбытовая политика и ее задачи. Каналы и методы сбыта. Организация товародвижения и логистика. Посредники и их классификация. Организация оптовой и розничной торговли | |
| Тема 7. Маркетинговые коммуникации | |
| Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама: разработка и реализация рекламной кампании. Оценка эффективности рекламы. Методы стимулирования сбыта. Методы персональных продаж. «Паблик рилейшенз» (связи с общественностью) | |
| <i>Итоговое занятие по модулю 2</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 | Самост. работа | | | |
| Всего по дисциплине | | ОПК-4.2 | 108 | 18 | 18 | 51,6 | экзамен | 51 | 100 |
| <i>I. Рубежный рейтинг</i> | | | | | | | Сумма баллов за модули | <i>31</i> | <i>60</i> |
| Модуль 1. Теоретические и методические основы науки агромаркетинг | | ОПК-4.2 | 38 | 8 | 8 | 22 | | <i>11</i> | <i>20</i> |
| 1. | Тема 1. Введение в дисциплину маркетинг. Понятие, сущность и содер- | | 10 | 2 | 2 | 6 | Устный опрос | 3 | 5 |

| | | | | | | | | | |
|--|--|----------------|-------------|-----------|-----------|-------------|-----------------------------------|-----------|-----------|
| | жание маркетинга | | | | | | | | |
| 2. | Тема 2. Маркетинговые исследования | | 12 | 4 | 2 | 6 | Устный опрос | 3 | 5 |
| 3. | Тема 3. Сегментирование и целевой рынок | | 10 | 2 | 2 | 6 | Устный опрос | 3 | 5 |
| 4. | Итоговый контроль знаний по темам модуля 1. | | 6 | | 2 | 4 | Тестирование, ситуационные задачи | 2 | 5 |
| Модуль 2. Комплекс маркетинга | | ОПК-4.2 | 49,6 | 10 | 10 | 29,6 | | 20 | 40 |
| 1. | Тема 4. Товар в системе комплекса маркетинга | | 12 | 4 | 2 | 6 | Устный опрос | 4 | 8 |
| 2. | Тема 5. Цена в системе комплекса маркетинга | | 10 | 2 | 2 | 6 | Устный опрос | 4 | 8 |
| 3. | Тема 6. Система товародвижения | | 10 | 2 | 2 | 6 | Устный опрос | 4 | 8 |
| 4. | Тема 7. Маркетинговые коммуникации | | 10 | 2 | 2 | 6 | Устный опрос | 4 | 8 |
| 5. | Итоговый контроль знаний по темам модуля 2. | | 7,6 | | 2 | 5,6 | Тестирование, ситуационные задачи | 4 | 8 |
| <i>II. Творческий рейтинг</i> | | | | | | | | 2 | 5 |
| <i>III. Рейтинг личностных качеств</i> | | | | | | | | 3 | 10 |
| <i>IV. Рейтинг сформированности прикладных практических требований</i> | | | | | | | | + | + |
| <i>V. Промежуточная аттестация</i> | | | | | | | <i>экзамен</i> | 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 конкурсах на протяжении всего курса изучения дисциплины. | 5 |
| 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 | Оценка результата сформированности практических навы- | + |

| | | |
|---|--|-----|
| сформированности прикладных практических требований | ков 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:

| | | | |
|---------------------|-------------------|----------------|-----------------|
| Неудовлетворительно | Удовлетворительно | Хорошо | Отлично |
| менее 51 балла | 51-67 баллов | 67,1-85 баллов | 85,1-100 баллов |

5.2.2. Критерии оценки знаний студента на экзамене

На экзамене студент отвечает в письменно-устной форме на вопросы экзаменационного билета (2 вопроса и задача).

Количественная оценка на экзамене определяется на основании следующих критериев:

- оценку «отлично» заслуживает студент, показавший всестороннее систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой; как правило, оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины и их значение для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;

- оценку «хорошо» заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе; как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

- оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой; как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим

необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему проблемы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут 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. Соловьев, Б.А. Маркетинг: учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 337 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1836630> (дата обращения: 16.05.2022).

2. Наумов, В.Н. Маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 410 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1222065. - ISBN 978-5-16-016723-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222065> (дата обращения: 16.05.2022).

6.2. Дополнительная литература

1. Мансуров, Р. Е. Технологии маркетинга. Практикум : практическое руководство / Р. Е. Мансуров. - 2-е изд. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. - 184 с. - ISBN 978-5-9729-0675-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1836492> (дата обращения: 16.05.2022).

2. Маркетинг (ситуационные задачи и тесты) : практикум / М. Б. Щепакин, В. М. Михайлова, Д. Г. Куренова, Е. В. Кривошеева. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. — 512 с. - ISBN 978-5-9776-0524-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1083170> (дата обращения: 16.05.2022).

3. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие / Т. Н. Рыжикова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 288 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005383-7. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1853098> (дата обращения: 16.05.2022).

6.2.1. Периодические издания

1. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <http://www.mavriz.ru/>

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 | Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать 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. |
| Лабораторно-практические занятия | 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. |
| Самостоятельная работа | 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. Тестирование - система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. |

| Вид учебных занятий | Организация деятельности студента |
|------------------------------|--|
| | Контрольная работа - средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. |
| Подготовка к экзамену/зачету | При подготовке к экзамену/зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, полученные навыки по решению ситуационных задач |

6.3.2. Видеоматериалы

1. Маркетинг <https://www.youtube.com/watch?v=Qhy6IBP3250> Лекция "Маркетинг" в рамках межфакультетского учебного курса экономического факультета "Основы предпринимательства" Преподаватели: Митин Юрий Романович (к.э.н., н.с.), Хомич Михаил Викторович (н.с.).

2. Сессия 1 «Маркетинг нового времени: стратегии продавать» <https://www.youtube.com/watch?v=sWWYSMaq6vI> Участники: Галина Ящук, «Азбука вкуса»; Дмитрий Потапенко, Management Development Group; Александр Керамидас, Leroy Merlin в России; Дмитрий Голдов, e5.ru. Модератор: Андрей Хромов, «Аристос».

3. Малобюджетный маркетинг. Евгений Колотиллов <https://www.youtube.com/watch?v=oCvsus-ThS4> .

4. Александр Левитас Партизанский маркетинг Что важно для клиента при выборе услуги <https://www.youtube.com/watch?v=BSW1rNjqLKY> .

5. Курс «Маркетинг». Лекция 1.1: Эволюция маркетинга <https://www.youtube.com/watch?v=uML5nVT4X44>

6. 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. www.marketolog.ru – сетевой журнал о маркетинге и рекламе;

3. www.marketing.spb.ru – публикации по вопросам маркетинга (брендинг, ценообразование, поведение потребителя, финансовый, международный, маркетинг и т.д.). Примеры маркетинговых исследований.

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

5. Справочно – правовая система КонсультантПлюс/ <http://www.consultant.ru/>

6. Справочно – правовая система Гарант/ <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. Рабочее место преподавателя: стол, стул, кафедра-трибуна напольная, доска меловая настенная. Набор демонстрационного оборудования: проектор NEC (NP 405 G); экран для проектора с электроприводом 406x305 Screen Champion 4:3 MW; ноутбук AsusK50C 15.6"/Celeron.-VGA, конвертер ATEN VE022; 4 акустические колонки KENWOOD; трансляционный микшер-усилитель ProAudioPA-913M; бес-проводной микрофон UHF SR40; система видеонаблюдения |
| Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 203 | Специализированная мебель на 20 посадочных мест. Рабочее место преподавателя: стол, стул, доска настенная маркерная, кафедра. Телевизор Panasonic 50 PR 50*50 VIERA 600 HzUSB DVB-T2, кронштейн HolderPTS-4006. |
| Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования № 214 | Стол 2-х тумбовый-3шт, стулья полумягкие деревянные-1шт, стулья полумягкие металлические-2шт, тум-бочка-2шт, шкаф книжный со стеклом -2шт, шкаф плат.двух дверный-1шт, сейф-1шт, компьютер в ком-плекте-1шт, принтер-1шт, ноутбук-2шт, жалюзи-1шт. |
| Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ (читальные залы библиотеки) | Специализированная мебель; комплект компьютерной техники в сборе (системный блок: Asus P4BGL-MX\Intel Celeron, 1715 MHz\256 Mб PC2700 DDR SDRAM\ST320014A (20 Гб, 5400 RPM, Ultra-ATA/100)\ NEC CD-ROM CD-3002A\Intel(R) 82845G/GL/GE/PE/GV Graphics Controller, монитор: Proview 777(N) / 786(N) [17" CRT], клавиатура, мышь.); Foxconn G31MVP/G31MXP\DualCoreIntelPentium E2200\1 Гб DDR2-800 DDR2 SDRAM\MAXTOR STM3160215A (160 Гб, 7200 RPM, Ultra-ATA/100)\Optiarc DVD RW AD-7243S\Intel GMA 3100 монитор: acerv193w [19"], клавиатура, мышь.) с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечения доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ; настенный плазменный телевизор SAMSUNG PS50C450B1 Black HD (диагональ 127 см); аудио-видео кабель HDMI |

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 Windows WinStrtr 7 Acdmc Legalization RUS OPL NL. Договор№180 от12.02.2011. Срок действия лицензии –бессрочно; |

| | |
|---|--|
| | <p>- MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acдmc. Договор №180 от12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно;</p> <p>- Kaspersky Endpoint Security (Договор №963/2021 от 23.12.2021. Срок действия до 28.12.2022)</p> |
| Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 203 | <p>- MS Windows WinStrtr 7 Acдmc Legalization RUS OPL NL. До-говор№180 от12.02.2011. Срок действия лицензии –бессрочно;</p> <p>- MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acдmc. Договор №180 от12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно;</p> <p>- Kaspersky Endpoint Security (Договор №963/2021 от 23.12.2021. Срок действия до 28.12.2022)</p> |
| Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования № 214 | <p>- MS Windows WinStrtr 7 Acдmc Legalization RUS OPL NL. До-говор№180 от12.02.2011. Срок действия лицензии –бессрочно;</p> <p>- MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acдmc. Договор №180 от12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно;</p> <p>- Kaspersky Endpoint Security (Договор №963/2021 от 23.12.2021. Срок действия до 28.12.2022)</p> |
| Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ (читальные залы библиотеки)* | <p>Microsoft Imagine Premium Electronic Software Delivery. Сублицензионный договор №937/18 на передачу неисключительных прав от 16.11.2018. Срок действия лицензии- бессрочно.</p> <p>MSOfficeStd 2010 RUSOPLNLAcдmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно.</p> <p>- Kaspersky Endpoint Security (Договор №963/2021 от 23.12.2021. Срок действия до 28.12.2022)</p> <p>Информационно правовое обеспечение "Гарант" (для учебного процесса). Договор №ЭПС-12-119 от 01.09.2012. Срок действия - бессрочно.</p> <p>СПС КонсультантПлюс: Версия Проф. Консультант Финансист. КонсультантПлюс: Консультации для бюджетных организаций. Договор от 01.01.2017. Срок действия - бессрочно.</p> <p>RHVoice-v0.4-a2 синтезатор речи</p> <p>Программа Balabolka (portable) для чтения вслух текстовых файлов.</p> <p>Программа экранного доступа NDVA</p> |

7.3. Электронные библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда

- 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 аудио-файлы) 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, прочитывать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).