

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Алейник Станислав Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 15.07.2025 13:11:47

Уникальный программный ключ:

5258223550ea9fbeb23726a1609b644b33d8986ab6255891f288f913a1351fae

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
В.Я. ГОРИНА»**

УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета

О.В. Гончаренко

«25» июня 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль): Урбэкономика и бизнес-планирование

Квалификация: бакалавр

Год начала подготовки – 2025

Майский, 2025

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена с учетом требований:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 – Экономика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.08.2020 г. № 954;

- 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 г. № 245.

Составители: старший преподаватель кафедры экономики Сидоренко А.А.

Рассмотрена на выпускающей кафедре экономики
«25» июня 2025 г., протокол № 10

Зав. кафедрой  Голованева Е.А.

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы  Голованева Е.А.

I. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг» - дисциплина, изучающая процесс удовлетворения нужд и потребностей по средствам обмена.

1.1. Цель изучения дисциплины - формирование у обучающихся системы 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:

- формирование у обучающихся знаний о теоретических основах маркетинга;
- формирование у обучающихся практических навыков методов маркетинговых исследований;
- формирование у обучающихся умений планирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики предприятия, исходя из требования рынка и потенциала предприятия; формирование покупательского спроса и стимулирование сбыта;
- формирование у обучающихся практических навыков разработки стратегии маркетинговой деятельности с определением ее целей, задач, ресурсов и механизма реализации; организация, управление и контроль маркетинговой деятельности;
- формирование у обучающихся практических навыков выявления 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 «Маркетинг» 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)	1. Введение в профессиональную деятельность 2. Экономическая теория 3. Институциональная экономика
Требования к предварительной подготовке обучающихся	Знать: - 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. Уметь: - применять полученные знания для принятия экономических решений актуальных экономических проблем, возникающих как в личной, так и в общественной жизни; - строить простейшие экономические модели, используемые в современном экономическом мышлении для научного анализа разнообразных хозяйственных процессов, систем и проблемных ситуаций. Владеть: - навыками решения ситуационных экономических задач; - методами экономических исследований и обработки статистической информации на микро- и макроуровне.
--	---

Освоение дисциплины позволит сформировать профессионально-личностные качества у обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, необходимые для решения задач профессиональной деятельности.

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 предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Определяет основные методы и модели принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	знать: рыночные возможности, их использование, анализ и обработку маркетинговой информации, а также модели потребительского поведения уметь: использовать рыночные возможности и выполнять их анализ, составлять и обрабатывать маркетинговую информацию, критически оценивать варианты управленческих решений владеть навыками самостоятельной работы по поиску информации в области маркетинга и разработки комплекса маркетинговых мероприятий с учетом отечественной и зарубежной практик
		ОПК-4.2 Способен разрабатывать, реализовывать и	знать: принципы, методы и цели рыночной сегментации, содержание формирования спроса и стимулирования

		экономически и финансово обосновывать (оценивать) организационно-управленческие решения для осуществления профессиональной деятельности	сбыта, знать модели потребительского поведения уметь: оценивать риски рынка и последствия социально-экономического характера владеть основами маркетинга для организации эффективной работы хозяйствующего субъекта на рынке
ПК-7	Способен осуществлять управление информацией и данными в цифровой среде, искать нужные источники информации и данных, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач	ПК-7.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, позволяющих воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств с целью эффективного использования полученной информации для решения задач	знать: основные виды цифрового контента; способы создания, модификации, интеграции данных уметь: ориентироваться в инструментальных средствах по созданию электронных материалов владеть навыками поиска источников информации и данных для восприятия, анализа и передачи информации с использованием цифровых средств с целью эффективного использования полученной информации для решения задач..

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц – 108 часов.

4.1. Распределение объема учебной работы по формам обучения

Вид работы	Объем учебной работы, час
Формы обучения	Очная
Семестр (курс) изучения дисциплины	3 семестр
Общая трудоемкость, всего, час	108
зачетные единицы	3
1. Контактная работа	54,25
1.1 Контактная аудиторная работа (всего)	36,25
В том числе:	
Лекции (Лек)	18
Практические занятия (Пр)	18
Контрольное задание (КЗ)	0,25

Установочное занятие (УЗ)	-
1.2. Промежуточная аттестация	
Зачет (КЭ)	-
Выполнение контрольной работы (ККН)	-
1.3. Контактная внеаудиторная работа (контроль)	18
2. Самостоятельная работа обучающихся (всего)	53,75
в том числе:	
Самостоятельная работа по проработке лекционного материала	15
Самостоятельная работа по подготовке к практическим занятиям	15
Работа над темами (вопросами), вынесенными на самостоятельное изучение	9
Самостоятельная работа по видам индивидуальных заданий: подготовка реферата (контрольной работы)	10
Подготовка к зачету	4,75

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			
	Всего	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа
Модуль 1. Теоретические и методические основы науки маркетинг	40	8	8	24
Тема 1. Введение в дисциплину маркетинг. Понятие, сущность и содержание маркетинга	10	2	2	6
Тема 2. Маркетинговые исследования	13	4	2	7
Тема 3. Сегментирование и целевой рынок	11	2	2	7
<i>Итоговое занятие по модулю 1</i>	6	-	2	4
Модуль 2. Комплекс маркетинга	49,75	10	10	29,75
Тема 4. Товар в системе комплекса маркетинга	13	4	2	7
Тема 5. Цена в системе комплекса маркетинга	11	2	2	7
Тема 6. Система товародвижения	10	2	2	6
Тема 7. Маркетинговые коммуникации	9,75	2	2	5,75
<i>Итоговое занятие по модулю 2</i>	6	-	2	4
<i>Контрольное задание</i>	0,25			
<i>Текущие консультации</i>	-			
<i>Установочные занятия</i>	-			
<i>Промежуточная аттестация</i>	-			
<i>Контактная аудиторная работа (всего)</i>	36,25	18	18	-
<i>Контактная внеаудиторная работа (всего)</i>	18			
<i>Самостоятельная работа (всего)</i>	53,75			
<i>Общая трудоемкость</i>	108			

4.3 Содержание дисциплины

Наименование и содержание модулей и разделов дисциплины
1
Модуль 1 «Теоретические и методические основы науки маркетинг»
Тема 1. Введение в дисциплину маркетинг. Понятие, сущность и содержание маркетинга
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.
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.
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.

Наименование и содержание модулей и разделов дисциплины	
1	
Тема 7. Маркетинговые коммуникации	
Комплекс маркетинговых коммуникаций.	
Реклама: разработка и реализация рекламной кампании.	
Оценка эффективности рекламы.	
Методы персональных продаж.	
PR - «Паблик рилейшенз» (связи с общественностью)	

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 (форма обучения)

№ п/п	Наименование модулей и разделов дисциплины	Формируемые компетенции	Объем учебной работы				Форма контроля знаний	Количество баллов (min)	Количество баллов (max)
			Общая трудоемкость	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа			
Всего по дисциплине		ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПК-7.1	108	18	18	53,75	Зачет	51	100
I. Рубежный рейтинг							Общая сумма баллов, набранная в ходе освоения дисциплины	31	60
Модуль 1. Теоретические и методические основы науки агромаркетинг		ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПК-7.1	40	8	8	24		11	20
1.	Тема 1. Введение в дисциплину маркетинг. Понятие, сущность и содержание маркетинга		10	2	2	6	Устный опрос	3	5
2.	Тема 2. Маркетинговые исследования		13	4	2	7	Устный опрос	3	5
3.	Тема 3. Сегментирование и целевой рынок		11	2	2	7	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-4.1 ОПК-4.2 ПК-7.1	49,75	10	10	29,75		20	40
1.	Тема 4. Товар в системе комплекса маркетинга		13	4	2	7	Устный опрос	4	8
2.	Тема 5. Цена в системе комплекса маркетинга		11	2	2	7	Устный опрос	4	8
3.	Тема 6. Система товародвижения		10	2	2	6	Устный опрос	4	8
4.	Тема 7. Маркетинговые коммуникации		9,75	2	2	5,75	Устный опрос	4	8
5.	Итоговый контроль знаний по темам модуля 2.		6	-	2	4	Тестирование, ситуационные задачи	4	8
II. Творческий рейтинг							Оценка выполнения индивидуального творческого задания	2	5
III. Рейтинг личностных качеств							Оценка личностных качеств обучающегося, проявленных при изучении дисциплины	3	10
IV. Промежуточная аттестация							Зачет	15	25

5.2. Оценка знаний обучающегося

5.2.1. Основные принципы рейтинговой оценки знаний

Оценка знаний по дисциплине осуществляется согласно положению «О балльно-рейтинговой системе оценки обучения в ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ».

Уровень развития компетенций оценивается с помощью рейтинговых баллов.

Рейтинги	Характеристика рейтингов	Максимум баллов
Рубежный	Отражает работу обучающегося на протяжении всего периода изучения дисциплины. Определяется суммой баллов, которые студент получит по результатам изучения каждого модуля.	60
Творческий	Результат выполнения обучающимся 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 сформированности прикладных	Оценка результата сформированности практических навыков по дисциплине (модулю), определяемый преподавателем перед началом проведения	+

практических требований	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

5.2.3. 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.

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. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=400294> – Текст: электронный.
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. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=398812> – Текст: электронный.

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. . - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=385193> . – Текст: электронный.
2. 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. . - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=390827> – Текст: электронный.

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.

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать 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,

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
	необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
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 экономики, 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. Контрольная работа - средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.
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. Каталог учебных видеоматериалов на официальном сайте ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ. – Режим доступа:
<https://belgau.ru/InfResource/library/video/economy.php> – Текст: электронный.

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

1. Вопросы менеджмента и маркетинга исследований – Режим доступа:
www.cfin.ru – – Текст: электронный.

2. Сетевой журнал о маркетинге и рекламе исследований – Режим доступа: www.marketolog.ru – – Текст: электронный.
3. Публикации по вопросам маркетинга (брендинг, ценообразование, поведение потребителя, финансовый, международный, маркетинг и т.д.). Примеры маркетинговых исследований – Режим доступа: www.marketing.spb.ru – Текст: электронный.
Теория и практика маркетинга (брендинг, мерчендайзинг и др.) – Режим доступа: www.4p.ru – Текст: электронный.
4. Научная электронная библиотека – Режим доступа: <http://www2.viniti.ru> – Текст: электронный.
5. Российская государственная библиотека – Режим доступа: <http://www.rsl.ru> – Текст: электронный.
6. Российское образование. Федеральный портал – Режим доступа: <http://www.edu.ru> – Текст: электронный.
7. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/books> – Текст: электронный.
8. Информационное правовое обеспечение «Гарант» (для учебного процесса) – Режим доступа: <http://www.garant.ru> – Текст : электронный.
9. СПС Консультант Плюс: Версия Проф – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> – Текст : электронный.

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 №3	Специализированная мебель на 100 посадочных мест, доска настенная, кафедра, рабочее место преподавателя. Состав оборудования рабочего места: проектор EPSON EB-X18, экран для проектора с электроприводом Screen Media (моторизированный), колонки Microlab, ящик под проектор, ящик под кабели, ноутбук преподавателя.
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 206	Специализированная мебель для обучающихся на 26 посадочных мест. Рабочее место преподавателя: стол, стул, кафедра-трибуна настольная, доска меловая настенная. Набор демонстрационного оборудования: ЖК-телевизор TELEFUNKEN TF-LED55S60T2SU (диагональ 140 см), мини-ПК ASUS Mini Desktop PC E520, беспроводная клавиатура Logitech, беспроводная мышь Logitech. Информационные стенды (планшеты настенные):

	- 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.
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования №214	Стол 2-х тумбовый-3шт, стулья полумягкие деревянные-1шт, стулья полумягкие металлические-2шт, тумбочка-2шт, шкаф книжный со стеклом -2шт, шкаф плат. двухдверный-1шт, сейф-1шт, компьютер в комплекте-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)***	Читальный зал №1 (010-012) - специализированная мебель; - комплект компьютерной техники в сборе (системный блок: Asus P4BGL-MX\Intel Celeron, 1715 MHz\256 Мб 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.) в количестве 10 единиц с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечения доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ; - неттоп Intel NUC BOXNUC8I13BEH2,i3 8109U, 3.6 GHz, 4Gb DDR4/3; - экран Lumien Control LMC-100110 (305*229)/2; - мультимедийный-проектор Epson EB-X39/2; - акустическая система SVEN SPS-635; - микшерный пульт SOUNDKING MIX02AU; - вокальный динамический микрофон VOLTA DM-b58 Читальный зал №2 (009-011) - специализированная мебель; - комплект компьютерной техники в сборе (системный блок: Intel 000001101340596/10; монитор: SAMSUNG 000001101340591/100 - настенный плазменный телевизор SAMSUNG PS50C450B1 Black HD (диагональ 127 см); - аудиовидео кабель HDMI

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

Виды помещений	Оборудование и технические средства обучения
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа №3	- MS Windows WinStrtr 7 Acdmc Legalization RUS OPL NL. Договор№180 от12.02.2011. 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 для бизнеса (Сублицензионный договор от 16.12.2024 № 4.0.24.1280 241310200541231020100100070005829244) - 522 лицензия. Срок действия лицензии – 1 год.
Учебная аудитория для занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 206	- MS Windows WinStrtr 7 Acadm Legalization RUS OPL NL. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; - MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acadm. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; - Anti-virus Kaspersky Endpoint Security для бизнеса (Сублицензионный договор от 16.12.2024 № 4.0.24.1280 241310200541231020100100070005829244) - 522 лицензия. Срок действия лицензии – 1 год.
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования №214	- MS Windows WinStrtr 7 Acadm Legalization RUS OPL NL. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; - MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acadm. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно; - Anti-virus Kaspersky Endpoint Security для бизнеса (Сублицензионный договор от 16.12.2024 № 4.0.24.1280 241310200541231020100100070005829244) - 522 лицензия. Срок действия лицензии – 1 год.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ (читальные залы библиотеки)	МойОфис Образование free бессрочная для СПО. Отечественное офисное программное обеспечение "Р7-офис Десктоп". Сублицензионный договор на российское офисное программное обеспечение для учебных целей №4 от 11.06.2020. Срок действия лицензии – бессрочно. Операционная система – АльтЛинукс Офисное приложение – МойОфис - Anti-virus Kaspersky Endpoint Security для бизнеса (Сублицензионный договор от 16.12.2024 № 4.0.24.1280 241310200541231020100100070005829244) - 522 лицензия. Срок действия лицензии – 1 год. - 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. - RNVoice-v0.4-a2 синтезатор речи Программа Balabolka (portable) для чтения вслух текстовых файлов (свободно распространяемое программное обеспечение). - Программа экранного доступа NDVA (свободно распространяемое программное обеспечение).
--	---

7.3. Электронные библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда

- ЭБС «ZNANIUM.COM», лицензионный договор (неисключительная лицензия) № 496эбс от 06.06.2024 с Обществом с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»;
- ЭБС «AgriLib», дополнительное соглашение № 1 от 31.01.2020/33 к Лицензионному договору №ПДД 3/15 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе ФГБОУ ВПО РГАЗУ от 15.01.2015;
- ЭБС «BOOK.ru», договор с Обществом с ограниченной ответственностью «КноРусмедиа», договор №4.024.750 от 28.08.2024 г.
- ЭБС «Лань», договор №1-14-24 с Обществом с ограниченной ответственностью «Издательство Лань» от 02.10.2024
- 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).