

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
 «Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»
 кафедра Менеджмента и агробизнеса

УТВЕРЖДАЮ
 Декан факультета технологического
 предпринимательства



Сартакова О.А.

"11" 09 2022 г.

рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.В.01

Маркетинг в АПК

Учебный план В35.03.07-22-1ТТ.plx
 35.03.07 Технология производства и переработки
 сельскохозяйственной продукции
 бакалавр

Квалификация

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

Виды контроля в семестрах:
 зачеты с оценкой - 7

в том числе:

контактная работа 50

самостоятельная работа 58

часы на контроль

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	16 1/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Семинарские занятия	32	32	32	32
Консультации	2	2	2	2
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	50	50	50	50
Сам. работа	58	58	58	58
Итого	108	108	108	108

Кемерово 2022 г.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры менеджмента и агробизнеса

подпись расшифровка

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры менеджмента и агробизнеса

подпись расшифровка

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры менеджмента и агробизнеса

подпись расшифровка

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры менеджмента и агробизнеса

подпись расшифровка

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель- подготовка обучающихся к проведению маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках, обоснованию планово-управленческие маркетинговых решений с учетом видов экономической деятельности, а также осуществлять практическую проверку результатов и рекомендаций по маркетингу в управлении предприятием.

Задача- формирование способности проводить маркетинговые исследования на сельскохозяйственных рынках.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ УЧЕБНОГО ПЛАНА

Цикл (раздел) ОП:	
2.1	Входной уровень знаний:
2.1.1	Основы научных исследований
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Преддипломная практика
2.2.2	Технологическая практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-9.1: Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике

Знать:

Уровень 1	основы поведения экономических агентов; основные принципы экономического анализа для принятия решений; основные экономические понятия; ресурсные ограничения экономического развития, источники повышения производительности труда, технического и технологического прогресса, показатели экономического развития и экономического роста, особенности циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов; понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении; цели, задачи, инструменты и эффекты бюджетной, налоговой, денежно-кредитной, социальной, пенсионной политики государства и их влияние на макроэкономические параметры и индивидов
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений; критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны и отдельных ее отраслей
-----------	--

Владеть:

Уровень 1	базовыми принципами функционирования экономики и экономического развития
-----------	--

УК-9.2: Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски

Знать:

Уровень 1	основные виды личных доходов, механизмы их получения и увеличения; сущность и функции предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы предпринимательской деятельности, основные финансовые организации и принципы взаимодействия с ними; основные финансовые инструменты; понятия риск и неопределенность; виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения; основные этапы жизненного цикла индивида, специфику краткосрочных и долгосрочных финансовых задач, альтернативность текущего потребления и сбережения и целесообразность личного экономического и финансового планирования; основные виды расходов, механизмы их снижения, способы формирования сбережений; принципы и технологии ведения личного бюджета
-----------	--

Уметь:

Уровень 1	решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования; пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг, анализировать основные положения договора с финансовой организацией; выбирать инструменты управления личными финансами, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности; оценивать индивидуальные риски; вести личный бюджет; оценивать свои права на налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	навыками экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических и финансовых рисков
-----------	---

ПК-6.1: Демонстрирует знания классификации управленческих решений; принципов организации производственного процесса; основных приемов риск-менеджмента при принятии управленческих решений

Знать:	
Уровень 1	классификацию управленческих решений, принципы организации производственного процесса, основные методы оценки риска, приемы риск-менеджмента при принятии управленческих решений
Уметь:	
Уровень 1	оценивать риски и принимать управленческие решения в условиях неопределенности
Владеть:	
Уровень 1	инструментарием принятия управленческих решений в рискованных ситуациях

**ПК-6.2: Способен оценить эффективность управленческого решения;
рассчитать производственный цикл простого процесса; провести анализ рисков**

Знать:	
Уровень 1	методы оценки эффективности управленческого решения, способы расчета производственного цикла простого процесса
Уметь:	
Уровень 1	проводить анализ рисков, рассчитывать производственный цикл простого процесса
Владеть:	
Уровень 1	методами оценки эффективности управленческого решения, расчетом производственного цикла простого процесса

ПК-6.3: Демонстрирует навыки разработки управленческих решений; владения методами планирования и прогнозирования; приемами для снижения степени риска

Знать:	
Уровень 1	приемы снижения степени риска, методы планирования и прогнозирования
Уметь:	
Уровень 1	применять методики планирования и прогнозирования при разработке управленческих решений
Владеть:	
Уровень 1	навыками разработки мероприятий, направленных на снижение степени риска

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	-основы построения, расчета и анализа современной системы маркетинговых
3.1.2	показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микро-
3.1.3	и макроуровне;
3.1.4	- основные понятия, категории и инструменты маркетинговой политики
3.1.5	предприятия;
3.1.6	- методы маркетинговых исследований;
3.1.7	- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов
3.1.8	обеспечения конкурентного преимущества предприятия;
3.1.9	- основы маркетинговых коммуникаций.
3.2	Уметь:
3.2.1	-выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных
3.2.2	маркетинговых ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев
3.2.3	социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-
3.2.4	экономических последствий;
3.2.5	- использовать источники экономической, социальной и управленческой
3.2.6	информации;
3.2.7	- анализировать внешнюю и внутреннюю маркетинговую среду предприятия,
3.2.8	выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на предприятие;
3.2.9	- осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных,
3.2.10	необходимых для решения поставленных экономических (маркетинговых) задач;
3.2.11	- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых
3.2.12	исследований;
3.2.13	-осуществлять стратегическое планирование маркетинговой деятельности;
3.2.14	- анализировать коммуникационные процессы на предприятии и разрабатывать

3.2.15	предложения по повышению их эффективности;
3.2.16	- использовать международный опыт и российскую практику организации
3.2.17	маркетинговой деятельности;
3.2.18	- организовать работу малого коллектива, рабочей группы.
3.3	Владеть:
3.3.1	- методологией маркетингового исследования;
3.3.2	- современными методами сбора, обработки, анализа, интерпретации и
3.3.3	прогнозирования маркетинговой информации;
3.3.4	- основными технологиями маркетинга (такими как разработка концепции товара и
3.3.5	определение его места в продуктовом портфеле рынка, расчет доходности и
3.3.6	прогнозирования продаж товара и т.п.);
3.3.7	- навыками применения современных инструментов маркетинга для решения
3.3.8	практических задач;
3.3.9	- навыками применения портфельного анализа для оценки состояния и прогноза
3.3.10	развития предприятий.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код зан.	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Уровень сформ-ти комп.	Акт. и инт. формы обуч-я.	Литература	Формы контроля
	Раздел 1. Раздел 1. Понятие и сущность маркетинга							
1.1	Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Э1 Э2	Собеседование
1.2	Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э2 Э3	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
1.3	Сущность, принципы и функции маркетинга /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	Собеседование
1.4	Сущность, принципы и функции маркетинга /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э2	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
1.5	Концепции маркетинга, виды маркетинга по состоянию спроса /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Э1	Собеседование

1.6	Концепции маркетинга, виды маркетинга по состоянию спроса /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
1.7	Маркетинговая среда (внешняя и внутренняя) /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование
1.8	Маркетинговая среда (внешняя и внутренняя) /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
1.9	Работа с базой тестовых заданий /Ср/	7	4	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э3	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач
1.10	Повторение лекционного материала /Ср/	7	4	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Э1 Э2	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач

1.11	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	7	4	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач
1.12	Работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	7	4	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач
	Раздел 2. Раздел 2. Маркетинговые исследования							
2.1	Классификация и сущность видов маркетинговых исследований. Виды маркетинговой информации /Лек/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Э1	Собеседование
2.2	Классификация и сущность видов маркетинговых исследований. Виды маркетинговой информации /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
2.3	Система и методы сбора маркетинговой информации о рынке /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование

2.4	Система и методы сбора маркетинговой информации о рынке /Сем зан/	7	4	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Э1	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
2.5	Поведение потребителей /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование
2.6	Поведение потребителей /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
2.7	Сегментирование рынка /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование
2.8	Сегментирование рынка /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
2.9	Работа с базой тестовых заданий /Ср/	7	3	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач

2.10	Повторение лекционного материала /Ср/	7	4	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач
2.11	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	7	3	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач
2.12	Работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	7	4	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач
	Раздел 3. Раздел 3. Комплекс маркетинга							
3.1	Товар в маркетинге /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование

3.2	Товар в маркетинге /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
3.3	Ценообразование в маркетинге /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Э1	Собеседование
3.4	Ценообразование в маркетинге /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
3.5	Система товародвижения в маркетинге /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование
3.6	Система товародвижения в маркетинге /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
3.7	Маркетинговые коммуникации /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2	Собеседование
3.8	Маркетинговые коммуникации /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач

3.9	Работа с базой тестовых заданий /Ср/	7	3	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач
3.10	Повторение лекционного материала /Ср/	7	3	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач
3.11	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	7	4	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач

3.12	Работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	7	4	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач
Раздел 4. Раздел 4. Управление маркетингом								
4.1	Организация службы маркетинга /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Э1	Собеседование
4.2	Организация службы маркетинга /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
4.3	Бюджет маркетинга /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование
4.4	Бюджет маркетинга /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач
4.5	Планирование и контроль маркетинга /Лек/	7	1	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Э1	Собеседование
4.6	Планирование и контроль маркетинга /Сем зан/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	2	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1	Собеседование, тест, выполнение разноуровневых задач

4.7	Работа с базой тестовых заданий /Ср/	7	3	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.5Л3.1 Э1 Э2	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач
4.8	Повторение лекционного материала /Ср/	7	3	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач
4.9	Работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	7	4	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1 Э2	Работа с лекционным материалом, базой тестовых заданий, основной и дополнительной литературой выполнение разноуровневых задач
4.10	/ЗачётСОц/	7	4	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.2Л3.1	
4.11	/Конс/	7	2	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 УК-9.1 УК-9.2	УК-9.1 УК-9.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		Л1.2Л3.1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств представлен в приложении к рабочей программе.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**6.1 Перечень программного обеспечения**

Adobe Acrobat Reader DC
 Apache OpenOffice 4.1.1.
 Архиватор 7-zip
 Офисный пакет LibreOffice
 Браузер Mozilla Firefox

6.2 Перечень информационных справочных систем

ЭБС "Земля знаний"

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Номер ауд.	Назначение	Оборудование и ПО	Вид занятия
2201	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	столы ученические – 49 шт., стол преподавателя – 2 шт., стулья – 98 шт., тумбочка – 1 шт. системный блок – 1 шт., монитор – 1 шт.; проектор – 1 шт.; экран 200*200 см – 1 шт.; аудиосистема – 1 шт.; доска меловая – 1 шт., учебно-наглядные пособия.	Лекции
2205	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	столы ученические – 49 шт., стол преподавателя – 2 шт., стулья – 98 шт., тумбочка – 1 шт. ПК Системный блок GIGABYTE – 1 шт., монитор LG 19" – 1 шт., проектор NEC – 1 шт., экран 200*200 см – 1 шт., доска меловая – 1 шт., инсталляционная акустическая система – 4 шт., учебно-наглядные пособия.	Семинарские занятия
2207	Помещение для самостоятельной работы с выходом в сеть "Интернет" и доступом в электронную информационно-образовательную среду ФГБОУ ВО Кузбасская ГСХА	столы ученические – 14 шт., стол преподавателя – 2 шт., стулья – 19 шт. ПК Системный блок Kraftway – 11 шт.	Самостоятельная работа

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**8.1. Рекомендуемая литература****8.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов	Маркетинг: Учебник	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017
Л1.2	Овчаренко, Н. А.	Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебник для бакалавров: учебник для бакалавров	Москва : Дашков и К, 2021

8.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Шемятихина Л.Ю., Лагутина Е.Е.	Маркетинг для бакалавров менеджмента и экономики: учебное пособие	Ростов-на-Дону: Феникс, 2015
Л2.2	П.С. Завьялов	Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014
Л2.3	Наумов В.Н	Маркетинг: Учебник	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.4	М.И. Тимофеев	Маркетинг: Учебное пособие	М.: ИЦ РИОР: НИЦ, 2016
Л2.5	Ю.Н. Егоров	Основы маркетинга: Учебник	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014

8.1.3. Материалы, разработанные ППС кафедры

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Видякин А.В.	Методические указания по изучению дисциплины Маркетинг, в АПК	

8.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭБС znanium.com		
Э2	ЭБС "Лань"		
Э3	ЭБС www.iprbookshop.ru		

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- методические рекомендации для студентов по самостоятельному изучению вопросов.

