

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.



«3» 09.2020

рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.О.1.14 Маркетинг

Учебный план	z38.03.02-20-1ЭМ.plx	
Квалификация	38.03.02 Менеджмент Профиль Управление бизнесом	бакалавр
Форма обучения		заочная
Общая трудоемкость		6 ЗЕТ
Часов по учебному плану	216	Виды контроля на курсах:
в том числе:		экзамен - 3
контактная работа		зачет - 3
самостоятельная работа	25	
часы на контроль	13	

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Семинарские занятия	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	191	191	191	191
Часы на контроль	13	13	13	13
Итого	216	216	216	216

Кемерово 2020 г.

Программу составил(и):
ассистент Лебедь В.А.



Рабочая программа дисциплины
Маркетинг

разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 г. № 7)

составлена на основании учебного плана:
38.03.02 Менеджмент Профиль Управление бизнесом
утвержденного учёным советом вуза от 28.05.2020 протокол № 9.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
менеджмента и агробизнеса

Протокол №2 от 31 августа 2020 г.
Срок действия программы: 2020-2025 уч.г.

Зав. кафедрой  Видякин А.В.

Рабочая программа одобрена и утверждена методической
комиссией факультета технологического предпринимательства
Протокол №1 от 2 сентября 2020 г

Председатель методической комиссии  Сартакова О.А.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 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 2022-2023 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 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

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель - приобретение практических навыков по проведению маркетинговых исследований на сельскохозяйственных рынках.
Задачи:
- формирование способности проводить маркетинговые исследования на сельскохозяйственных рынках;
- формирование готовности систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов организации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ УЧЕБНОГО ПЛАНА

Цикл (раздел) ОП:	
2.1	Входной уровень знаний:
2.1.1	Технологическая практика
2.1.2	Экономика предприятия
2.1.3	Экономика отрасли
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Преддипломная практика

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

ОПК-3: Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;

Знать:

Уровень 1	основные понятия, профессиональную терминологию в области принятия организационно-управленческих решений
Уровень 2	общий процесс, технологии, принципы и методы принятия организационно-управленческих решений и основные критерии и ограничения выбора организационно-управленческих решений
Уровень 3	оценки последствий и формы ответственности за принятые организационно-управленческие решения

Уметь:

Уровень 1	анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на процесс принятия организационно-управленческих решений
Уровень 2	обосновывать выбор принимаемых организационно-управленческих решений, анализировать принимаемые организационно-управленческие решения
Уровень 3	оценивать последствия и нести ответственность за принятые организационно-управленческие решения

Владеть:

Уровень 1	навыками принятия организационно-управленческих решений для достижения максимального результата в профессиональной деятельности
Уровень 2	методами и технологиями принятия организационно-управленческих решений
Уровень 3	методами оценки их последствий и несения ответственности осознанием социальной значимости будущей профессиональной деятельности

ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

Знать:

Уровень 1	системы (виды) планирования, сущность, структуру и содержание бизнес-плана
Уровень 2	систему внутрихозяйственных планов и механизм их взаимодействия в новых рыночных отношениях, процесс и этапы составления бизнес-плана создания и развития новых организаций, направлений деятельности

Уметь:

Уровень 1	разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность
Уровень 2	эффективно исполнять служебные (трудовые) обязанности

Владеть:

Уровень 1	навыками финансово-экономической оценки бизнес-проекта, оценки эффективности бизнес-проекта и риска, оценки конкурентоспособности предприятия в целом, продукта, отдельного бизнеса и т.п.
Уровень 2	навыками подготовки предложений по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации, осуществление координации проведения исследований, направленных на повышение эффективности его производственно-хозяйственной деятельности

ОПК-2: Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;	
Знать:	
Уровень 1	основные источники и технологии обработки и передачи информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации
Уровень 2	технологии, методы и методики проведения анализа и систематизации документов и информации
Уметь:	
Уровень 1	анализировать информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации
Уровень 2	собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации, формировать базу данных и разрабатывать организационно-управленческую документацию с использованием современных технологий электронного документооборота
Владеть:	
Уровень 1	навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации
Уровень 2	навыками поиска, обработки и передачи информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации для ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:	
3.1.1	- основные источники и технологии обработки и передачи информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации;
3.1.2	- технологии, методы и методики проведения анализа и систематизации документов и информации;
3.1.3	- основные понятия, профессиональную терминологию в области принятия организационно-управленческих решений;
3.1.4	- общий процесс, технологии, принципы и методы принятия организационно-управленческих решений и основные критерии и ограничения выбора организационно-управленческих решений;
3.1.5	- оценки последствий и формы ответственности за принятые организационно-управленческие решения;
3.1.6	- системы (виды) планирования, сущность, структуру и содержание бизнес-плана;
3.1.7	- систему внутрихозяйственных планов и механизм их взаимодействия в новых рыночных отношениях, процесс и этапы составления бизнес-плана создания и развития новых организаций, направлений деятельности
3.2 Уметь:	
3.2.1	- анализировать информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации;
3.2.2	- собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации, формировать базу данных и разрабатывать организационно-управленческую документацию с использованием современных технологий электронного документооборота;
3.2.3	- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на процесс принятия организационно-управленческих решений;
3.2.4	- обосновывать выбор принимаемых организационно-управленческих решений, анализировать принимаемые организационно-управленческие решения;
3.2.5	- оценивать последствия и нести ответственность за принятые организационно-управленческие решения;
3.2.6	- разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность;
3.2.7	- эффективно исполнять служебные (трудовые) обязанности
3.3 Владеть:	
3.3.1	- навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации;
3.3.2	- навыками поиска, обработки и передачи информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации для ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;
3.3.3	- навыками принятия организационно-управленческих решений для достижения максимального результата в профессиональной деятельности;
3.3.4	- методами и технологиями принятия организационно-управленческих решений;
3.3.5	- методами оценки их последствий и несения ответственности осознанием социальной значимости будущей профессиональной деятельности;
3.3.6	- навыками финансово-экономической оценки бизнес-проекта, оценки эффективности бизнес-проекта и риска, оценки конкурентоспособности предприятия в целом, продукта, отдельного бизнеса и т.п.;

3.3.7	- навыками подготовки предложений по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации, осуществление координации проведения исследований, направленных на повышение эффективности его производственно-хозяйственной деятельности
-------	--

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/	3	0,2	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование
1.2	Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства /Сем зан/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	Собеседование, тест
1.3	Сущность, принципы и функции маркетинга /Лек/	3	0,2	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	Собеседование
1.4	Сущность, принципы и функции маркетинга /Сем зан/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э2	Собеседование, тест
1.5	Концепции маркетинга, виды маркетинга по состоянию спроса /Лек/	3	0,2	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
1.6	Концепции маркетинга, виды маркетинга по состоянию спроса /Сем зан/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование, тест
1.7	Маркетинговая среда (внешняя и внутренняя) /Лек/	3	0,2	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
1.8	Маркетинговая среда (внешняя и внутренняя) /Сем зан/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
1.9	Работа с базой тестовых заданий /Ср/	3	8	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э3	Собеседование, тест
1.10	Повторение лекционного материала /Ср/	3	8	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование, тест
1.11	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	3	8	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование, тест
1.12	Работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	3	8	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	Собеседование, тест
	Раздел 2. Раздел 2. Маркетинговые исследования							

2.1	Классификация и сущность видов маркетинговых исследований. Виды маркетинговой информации /Лек/	3	0,2	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование
2.2	Классификация и сущность видов маркетинговых исследований. Виды маркетинговой информации /Сем зан/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3	4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
2.3	Система и методы сбора маркетинговой информации о рынке /Лек/	3	0,2	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование
2.4	Система и методы сбора маркетинговой информации о рынке /Сем зан/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
2.5	Поведение потребителей /Лек/	3	0,2	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование
2.6	Поведение потребителей /Сем зан/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
2.7	Сегментирование рынка /Лек/	3	0,2	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
2.8	Сегментирование рынка /Сем зан/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование, тест
2.9	Работа с базой тестовых заданий /Ср/	3	10	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
2.10	Повторение лекционного материала /Ср/	3	10	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
2.11	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	3	10	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	Собеседование, тест
2.12	Работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	3	10	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование, тест
2.13	Зачет /Зачёт/	3	3	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3			
	Раздел 3. Раздел 3. Комплекс маркетинга							
3.1	Товар в маркетинге /Лек/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
3.2	Товар в маркетинге /Сем зан/	3	0,8	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест

3.3	Ценообразование в маркетинге /Лек/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование
3.4	Ценообразование в маркетинге /Сем зан/	3	0,8	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
3.5	Система товародвижения в маркетинге /Лек/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование
3.6	Система товародвижения в маркетинге /Сем зан/	3	0,8	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
3.7	Маркетинговые коммуникации /Лек/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование
3.8	Маркетинговые коммуникации /Сем зан/	3	0,8	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
3.9	Работа с базой тестовых заданий /Ср/	3	14	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование, тест
3.10	Повторение лекционного материала /Ср/	3	15	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование, тест
3.11	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	3	15	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	Собеседование, тест
3.12	Работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	3	15	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование, тест
	Раздел 4. Раздел 4. Управление маркетингом							
4.1	Организация службы маркетинга /Лек/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	0,5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование
4.2	Организация службы маркетинга /Сем зан/	3	0,8	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
4.3	Бюджет маркетинга /Лек/	3	0,2	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	0,5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование
4.4	Бюджет маркетинга /Сем зан/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
4.5	Планирование и контроль маркетинга /Лек/	3	0,2	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	31,2,3, У1,2,3, В1,2,3	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование

4.6	Планирование и контроль маркетинга /Сем зан/	3	0,4	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	Собеседование, тест
4.7	Работа с базой тестовых заданий /Ср/	3	15	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование, тест
4.8	Повторение лекционного материала /Ср/	3	15	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование, тест
4.9	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	3	15	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	Собеседование, тест
4.10	Работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	3	15	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2	Собеседование, тест
Раздел 5. Зачет								
5.1	Экзамен /Экзамен/	3	10	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-2	З1,2,3, У1,2,3, В1,2,3		Л2.1 Л2.2	Собеседование, тест

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.	Лекция
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	Наумов В.Н	Маркетинг: Учебник	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016

8.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Басовский Л.Е., Басовская Е.Н	Маркетинг: Учебное пособие	- М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016
Л2.2	М.И. Тимофеев	Маркетинг: Учебное пособие	М.: ИЦ РИОР: НИЦ, 2016

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 выполнения самостоятельной работы;
- методические рекомендации по изучению дисциплины.

