Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Вятский государственный агротехнологический университет"

УТВЕРЖДАЮ

Декан биологического факультета

_____ Е.В. Маханова

"15" апреля 2021 г.

Маркетинг и бизнес - планирование в АПК

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **экономики и менеджмента**

Учебный план Направление подготовки 36.03.02 Зоотехния
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Технология производства продуктов животноводства"

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
в том числе:
аудиторные занятия 42
самостоятельная работа 30

Виды контроля в семестрах:
зачеты 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
Недель	14			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	14	14	14	14
Практические	28	28	28	28
В том числе инт.	8	8	8	8
Итого ауд.	42	42	42	42
Контактная работа	42	42	42	42
Сам. работа	30	30	30	30
Итого	72	72	72	72

Киров 2021

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 152F9F34BEA253FCE714EAC1F1E3E158
Владелец: ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "ВЯТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРОТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ"
Действителен: с 04.04.2022 до 28.06.2023

Программу составил(и):

кандидат экономических наук, доцент, Маракулина Ирина Викторовна

Рецензент(ы):

кандидат экономических наук, доцент, Шулятьева Галина Михайловна

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг и бизнес - планирование в АПК

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 36.03.02 Зоотехния (приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 972)

составлена на основании Учебного плана:

Направление подготовки 36.03.02 Зоотехния
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Технология производства продуктов животноводства"

одобренного и утвержденного Ученым советом университета от 15.04.2021 протокол № 5.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией

биологического факультета Протокол № 7 от "15" апреля 2021 г.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол № 8 от "15" апреля 2021 г.

Зав. кафедрой _____ к.э.н., доцент Спиридонова Е.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2022 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2023 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2024 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2025 г. № __

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛЬ (ЦЕЛИ) ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	приобретение теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга и бизнес-планирования, понимания процессов принятия управленческих решений в маркетинге и бизнес-планировании для достижения организацией поставленной цели и обеспечения конкурентоспособности на товарных рынках АПК.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Дисциплины, изученные на предыдущем уровне образования:
2.1.2	Б1.О.07 Экономика
2.1.3	Б1.О.08 Организация сельскохозяйственного производства
2.1.4	Б1.О.13 Правоведение
2.1.5	Б1.О.21 Бухгалтерский учет и аудит
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Б2.В.01.02(Пд) Преддипломная практика
2.2.2	Б3.О.01 Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1	знать принципы формирования задач в рамках поставленной цели
УК-2.2	уметь выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели
УК-2.3	владеть навыками оптимального решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.1	Знает основные законы и закономерности функционирования экономики; основы экономической теории, необходимые для решения профессиональных социальных задач
УК-9.2	Умеет применять экономические знания при выполнении практических задач; принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.3	Владеет способностью использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач
ПК-6	Способен к организации работы коллектива исполнителей, принятия управленческих решений, анализировать и планировать технологические процессы (стоимость, качество, безопасность и сроки исполнения), проводить маркетинг и бизнес-планирование выпуска продукции
ПК-6.1	знать правила эффективной организации работы коллектива исполнителей
ПК-6.2	уметь принимать управленческие решения, анализировать и планировать технологические процессы
ПК-6.3	владеть навыками проведения маркетинга и бизнес-планирования выпуска продукции

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	принципы формирования задач маркетинга и бизнес-планирования в рамках поставленной цели, перечень и характеристику инструментов комплекса маркетинга для целей управления поведением потребителей на рынках АПК;
3.1.2	правила эффективной организации работы коллектива исполнителей, типы организационных структур службы маркетинга предприятий АПК.
3.2	**Уметь:**
3.2.1	выбирать оптимальные способы решения задач маркетинга и бизнес-планирования в рамках поставленной цели;
3.2.2	принимать управленческие решения в маркетинге и бизнес-планировании, анализировать и планировать технологические процессы.
3.3	**Иметь навыки и (или) опыт деятельности (Владеть):**

3.3.1	навыками оптимального решения задач маркетинга и бизнес-планирования, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
3.3.2	навыками проведения маркетинга и бизнес-планирования выпуска продукции.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции (индикаторы)	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Маркетинг и бизнес-планирование в АПК						
1.1	Сущность и содержание маркетинга, особенности аграрного маркетинга. Организация маркетинговой деятельности /Лек/	8	2	УК-2.1 ПК-6.1	Л1.3 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.3 Л3.2 Э1	0	
1.2	Функции и виды маркетинга /Пр/	8	2	УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.3Л2.3Л3.3 Л3.2 Л3.1 Э1	0	
1.3	Организация маркетинговой деятельности /Пр/	8	2	УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.3Л2.3Л3.3 Л3.2 Л3.1 Э1	2	
1.4	Этапы и методы маркетингового исследования рынков АПК /Лек/	8	2	УК-2.1 ПК-6.1	Л1.3 Л1.1Л2.3Л3.3 Л3.2 Э1	0	
1.5	Этапы и методы маркетингового исследования рынков АПК /Пр/	8	4	УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.3Л2.3Л3.3 Л3.2 Л3.1 Э1	0	
1.6	Изучение конкурентов и формирование конкурентных преимуществ предприятий АПК /Лек/	8	2	УК-2.1 ПК-6.1	Л1.3 Л1.1Л2.3Л3.3 Л3.2 Э1	0	
1.7	Изучение конкурентов и формирование конкурентных преимуществ предприятий АПК /Пр/	8	2	УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.3Л2.3Л3.3 Л3.2 Л3.1 Э1	0	
1.8	Оценка конкурентоспособности продукции предприятия /Пр/	8	2	УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.3Л2.3Л3.3 Л3.2 Л3.1 Э1	0	
1.9	Управление поведением потребителей и сегментирование рынка /Лек/	8	2	УК-2.1 ПК-6.1	Л1.3 Л1.1Л2.3Л3.3 Л3.2 Э1	0	
1.10	Управление поведением потребителей и сегментирование рынка /Пр/	8	4	УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.3Л2.3Л3.3 Л3.2 Л3.1 Э1	2	
1.11	Инструменты комплекса маркетинга и их характеристика /Лек/	8	2	УК-2.1 ПК-6.1	Л1.3 Л1.1Л2.3Л3.3 Л3.2 Э1	0	
1.12	Инструменты комплекса маркетинга и их характеристика /Пр/	8	4	УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.3Л2.3Л3.3 Л3.2 Л3.1 Э1	0	
1.13	Содержание и последовательность разработки бизнес-плана /Лек/	8	2	УК-2.1 ПК-6.1	Л1.2Л3.3 Л3.2 Э1	0	
1.14	Содержание и последовательность разработки бизнес-плана. Методы планирования /Пр/	8	2	УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.2Л3.3 Л3.2 Л3.1 Э1	0	
1.15	Методика обоснования показателей бизнес-плана /Лек/	8	2	УК-2.1 ПК-6.1	Л1.2Л3.3 Л3.2 Э1	0	
1.16	Методика обоснования показателей маркетингового и производственного разделов бизнес-плана /Пр/	8	2	УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.2Л3.3 Л3.2 Л3.1 Э1	2	
1.17	Методика обоснования показателей финансового и инвестиционного разделов бизнес-плана /Пр/	8	2	УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.2Л3.3 Л3.2 Л3.1 Э1	2	

1.18	Экономическая оценка эффективности инвестиций /Пр/	8	2	УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.2Л3.3 Л3.2 Л3.1 Э1	0	
1.19	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	8	14	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3Л3. 3 Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.20	Самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	8	4	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3Л3. 3 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.21	Подготовка к мероприятиям текущего контроля /Ср/	8	4	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3Л3. 3 Л3.2 Л3.1 Э1	0	
1.22	Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/	8	8	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.3 Л1.2 Л1.1Л2.3Л3. 3 Л3.2 Л3.1 Э1	0	
1.23	Зачет /Зачёт/	8	0	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Рабочая программа дисциплины обеспечена фондом оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Содержание фонда оценочных средств представлено в Приложениях 1 и 2.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л1.1	под ред. Н. В. Акканиной	Маркетинг в агропромышленном комплексе [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата Режим доступа: https://urait.ru/bcode/433025	Юрайт, 2019
Л1.2	В. Д. Жариков, В. В. Жариков, В. В. Безпалов	Основы бизнес-планирования в организации (для бакалавров) [Электронный ресурс]: Учебное посбие Режим доступа: https://book.ru/book/932128	М:КноРус, 2020
Л1.3	Умавов, Ю. Д., Камалова, Т. А.	Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов Режим доступа: https://book.ru/book/934278	М.: Кнорус, 2020

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л2.1	С. Н. Кукушкин [и др.] ; под редакцией С. Н. Кукушкина, В. Я. Позднякова, Е. С. Васильевой.	Внутрифирменное планирование [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата Режим доступа: https://urait.ru/bcode/431742	Москва : Издательство Юрайт,, 2019
Л2.2	под общ. ред. С. В. Карповой	Маркетинг. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для академического бакалавриата Режим доступа: https://urait.ru/bcode/432769	Юрайт, 2019
Л2.3	Синяева И. М., Жильцова О. Н.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата Режим доступа: https://urait.ru/bcode/431801	М. : Издательство Юрайт, 2019

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л3.1	Маракулина И.В.	Маркетинг и бизнес-планирование в АПК [Электронный ресурс]: Учебно-методическое пособие для обучающихся по направлению подготовки 36.03.02 Зоотехния Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вятская ГСХА, 2020
Л3.2	Маракулина И.В.	Маркетинг и бизнес-планирование в АПК [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 36.03.02 Зоотехния Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp.	Киров: Вятская ГСХА, 2020

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л3.3	Маханова Е.В.	Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вят. ГСХА, 2017
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp. - Загл. с экрана		
Э2	Министерство сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://mcx.gov.ru/ . - Загл. с экрана.		
6.3. Перечень информационных технологий			
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
6.3.1.1	Операционная система семейства Windows (Windows Vista Business AO NL, MS Win Prof 7 AO NL, Win Prof 7 AOL NL, Win Home Bas 7 AOL NL LGG, Win Starter 7 AO NL LGG, Win SL 8 AOL NL LGG, Win Prof 8 AOL NL, Win Home 10 All Languages Online Product Key License)		
6.3.1.2	Приложения Office (MS Office Prof Plus 2007 AO NL, MS Office Prof Plus 2010 AO NL, MS Office 2013 OL NL, MS OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc)		
6.3.1.3	Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security		
6.3.1.4	Free Commander 2009/02b		
6.3.1.5	Google Chrome 39/0/21/71/65		
6.3.1.6	Opera 26/0/1656/24		
6.3.1.7	Adobe Reader XI 11/0/09		
6.3.1.8	Консультант Плюс		
6.3.1.9	Гарант Аэро		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и современных профессиональных баз данных			
6.3.2.1	Информационная справочная система: Консультант1Плюс		
6.3.2.2	Информационная справочная система: Гарант Аэро		
6.3.2.3	Профессиональная база данных: Научная электронная библиотека elibrary.ru Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp		
6.3.2.4	Профессиональная база данных: Электронный каталог ФГБОУ ВО Вятская ГСХА Режим доступа http://46.183.163.35/MarcWeb2		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю), представлено в Приложении 3.

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

Освоение дисциплины проводится в форме аудиторных занятий и внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся.

При проведении аудиторных занятий предусмотрено применение следующих инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества: творческие задания; работа в малых группах; дискуссия; системы дистанционного обучения; обсуждение и разрешение проблем; разбор конкретных ситуаций. Количество часов занятий в интерактивных формах определено учебным планом.

Практическая подготовка при реализации дисциплины организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в следующих формах:

- самостоятельное изучение теоретического материала (тем дисциплины);
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к мероприятиям текущего контроля;
- подготовка к промежуточной аттестации.

При организации самостоятельной работы необходимо, прежде всего, обратить внимание на ключевые понятия, несущие основную смысловую нагрузку в том или ином разделе учебной дисциплины.

1. Самостоятельное изучение тем дисциплины

Для работы необходимо ознакомиться с учебным планом дисциплины и установить, какое количество часов отведено учебным планом в целом на изучение дисциплины, на аудиторную работу с преподавателем на лекционных и

практических занятиях, а также на самостоятельную работу. С целью оптимальной самоорганизации необходимо сопоставить эту информацию с графиком занятий и выявить наиболее затратные по времени и объему темы, чтобы заранее определить для себя периоды объемных заданий. Целесообразно начать работу с изучения теоретического материала, основных терминов и понятий курса и с письменных ответов на индивидуальные и тестовые задания.

2. Подготовка к практическим занятиям.

Традиционной формой преподнесения материала является лекция. Курс лекций по предмету дает необходимую информацию по изучению закономерностей и тенденций развития объекта и предмета исследования изучаемой дисциплины. Лекционный материал рекомендуется конспектировать. Конспекты позволяют обучающемуся не только получить больше информации на лекции, но и правильно его структурировать, а в дальнейшем - лучше освоить.

Цель практических занятий заключается в закреплении теоретического материала по наиболее важным темам, в развитии у обучающихся навыков критического мышления в данной области знания, умений работы с учебной и научной литературой, нормативными материалами. В ходе подготовки к практическому (семинарскому) занятию обучающимся следует внимательно ознакомиться с планом, вопросами, вынесенными на обсуждение, досконально изучить соответствующий теоретический материал, предлагаемую учебную методическую и научную литературу. Рекомендуется обращение обучающихся к монографиям, статьям из специальных журналов, хрестоматийным выдержкам, а также к материалам средств массовой информации по теме, что позволяет в значительной мере углубить проблему и разнообразить процесс ее обсуждения.

3. Подготовка к мероприятиям текущего контроля.

В конце изучения каждой темы может проводиться тематическая контрольная работа, которая является средством текущего контроля и оценки знаний. Подготовка к ней заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.

4. Подготовка к промежуточной аттестации.

Подготовка к зачету является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством промежуточного контроля. Подготовка к зачету предполагает изучение конспектов лекций, рекомендуемой литературы и других источников, повторение материалов практических занятий.

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Вятский государственный агротехнологический университет"

УТВЕРЖДАЮ

Декан биологического факультета

_____ Е.В. Маханова

"15" апреля 2021 г.

Маркетинг и бизнес- планирование в АПК

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **экономики и менеджмента**

Учебный план Направление подготовки 36.03.02 Зоотехния
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Технология производства продуктов животноводства"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
в том числе:
аудиторные занятия 12
самостоятельная работа 56
часов на контроль 4

Виды контроля на курсах:
зачеты 4

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		Итого	
Вид занятий	УП	РП		
Лекции	6	6	6	6
Лабораторные	4	4	4	4
Практические	2	2	2	2
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	56	56	56	56
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

Киров 2021

Программу составил(и):

кандидат экономических наук, доцент, Маракулина Ирина Викторовна

Рецензент(ы):

кандидат экономических наук, доцент, Шулятьева Галина Михайловна

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг и бизнес- планирование в АПК

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 36.03.02 Зоотехния (приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 972)

составлена на основании Учебного плана:

Направление подготовки 36.03.02 Зоотехния
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Технология производства продуктов животноводства"

одобренного и утвержденного Ученым советом университета от 15.04.2021 протокол № 5.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией

биологического факультета Протокол № 7 от "15" апреля 2021 г.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол № 8 от "15" апреля 2021 г.

Зав. кафедрой _____ к.э.н., доцент Спиридонова Е.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2022 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2023 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2024 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2025 г. № __

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛЬ (ЦЕЛИ) ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	приобретение теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга и бизнес-планирования, понимания процессов принятия управленческих решений в маркетинге и бизнес-планировании для достижения организацией поставленной цели и обеспечения конкурентоспособности на товарных рынках АПК.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Дисциплины, изученные на предыдущем уровне образования:
2.1.2	Б1.О.07 Экономика
2.1.3	Б1.О.08 Организация сельскохозяйственного производства
2.1.4	Б1.О.13 Правоведение
2.1.5	Б1.О.21 Бухгалтерский учет и аудит
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Б2.В.01.02(Пд) Преддипломная практика
2.2.2	Б3.О.01 Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1	знать принципы формирования задач в рамках поставленной цели
УК-2.2	уметь выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели
УК-2.3	владеть навыками оптимального решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.1	Знает основные законы и закономерности функционирования экономики; основы экономической теории, необходимые для решения профессиональных социальных задач
УК-9.2	Умеет применять экономические знания при выполнении практических задач; принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.3	Владеет способностью использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач
ПК-6	Способен к организации работы коллектива исполнителей, принятия управленческих решений, анализировать и планировать технологические процессы (стоимость, качество, безопасность и сроки исполнения), проводить маркетинг и бизнес-планирование выпуска продукции
ПК-6.1	знать правила эффективной организации работы коллектива исполнителей
ПК-6.2	уметь принимать управленческие решения, анализировать и планировать технологические процессы
ПК-6.3	владеть навыками проведения маркетинга и бизнес-планирования выпуска продукции

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	принципы формирования задач маркетинга и бизнес-планирования в рамках поставленной цели, перечень и характеристику инструментов комплекса маркетинга для целей управления поведением потребителей на рынках АПК;
3.1.2	правила эффективной организации работы коллектива исполнителей, типы организационных структур службы маркетинга предприятий АПК.
3.2	**Уметь:**
3.2.1	выбирать оптимальные способы решения задач маркетинга и бизнес-планирования в рамках поставленной цели;
3.2.2	принимать управленческие решения в маркетинге и бизнес-планировании, анализировать и планировать технологические процессы.
3.3	**Иметь навыки и (или) опыт деятельности (Владеть):**

3.3.1	навыками оптимального решения задач маркетинга и бизнес-планирования, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
3.3.2	навыками проведения маркетинга и бизнес-планирования выпуска продукции.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции (индикаторы)	Литература	Интеракт.	Примечание
	Раздел 1. Маркетинг и бизнес-планирование в АПК						
1.1	Сущность и содержание маркетинга, особенности аграрного маркетинга. Организация маркетинговой деятельности/ Инструменты комплекса маркетинга и их характеристика /Лек/	4	2	УК-2.1 ПК-6.1	Л1.1 Л1.3Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1	0	
1.2	Этапы и методы маркетингового исследования рынков АПК. Изучение конкурентов и формирование конкурентных преимуществ предприятий АПК.Управление поведением потребителей и сегментирование рынка /Лек/	4	2	УК-2.1 ПК-6.1	Л1.1Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1	0	
1.3	Инструменты комплекса маркетинга и их характеристика /Пр/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1	2	
1.4	Содержание и последовательность разработки бизнес-плана. Методика обоснования показателей бизнес-плана /Лек/	4	2	УК-2.1 ПК-6.1	Л1.2Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1	0	
1.5	Методика обоснования показателей маркетингового и производственного разделов бизнес-плана /Лаб/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.2Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1	0	
1.6	Методика обоснования показателей финансового и инвестиционного разделов бизнес-плана. Экономическая оценка эффективности инвестиций /Лаб/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.2Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1	2	
1.7	Подготовка к практическим и лабораторным занятиям /Ср/	4	2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	0	
1.8	Самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	4	28	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.9	Подготовка к мероприятиям текущего контроля /Ср/	4	4	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1	0	
1.10	Выполнение индивидуальных заданий (домашняя контрольная работа) /Ср/	4	12	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1	0	
1.11	Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/	4	10	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

					Э1		
1.12	Зачет /Зачёт/	4	0	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3		0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Рабочая программа дисциплины обеспечена фондом оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Содержание фонда оценочных средств представлено в Приложениях 1 и 2.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л1.1	Умавов, Ю. Д., Камалова, Т. А.	Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов Режим доступа: https://book.ru/book/934278	М.: Кнорус, 2020
Л1.2	В. Д. Жариков, В. В. Жариков, В. В. Безпалов	Основы бизнес-планирования в организации (для бакалавров) [Электронный ресурс]: Учебное пособие Режим доступа: https://book.ru/book/932128	М:КноРус, 2020
Л1.3	под ред. Н. В. Акканиной	Маркетинг в агропромышленном комплексе [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата Режим доступа: https://urait.ru/bcode/433025	Юрайт, 2019

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л2.1	Синяева И. М., Жильцова О. Н.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата Режим доступа: https://urait.ru/bcode/431801	М. : Издательство Юрайт, 2019
Л2.2	под общ. ред. С. В. Карповой	Маркетинг. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для академического бакалавриата Режим доступа: https://urait.ru/bcode/432769	Юрайт, 2019
Л2.3	С. Н. Кукушкин [и др.] ; под редакцией С. Н. Кукушкина, В. Я. Позднякова, Е. С. Васильевой.	Внутрифирменное планирование [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата Режим доступа: https://urait.ru/bcode/431742	Москва : Издательство Юрайт,, 2019

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л3.1	Маханова Е.В.	Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вят. ГСХА, 2017
Л3.2	Маракулина И.В.	Маркетинг и бизнес-планирование в АПК [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 36.03.02 Зоотехния Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp.	Киров: Вятская ГСХА, 2020
Л3.3	Маракулина И.В.	Маркетинг и бизнес-планирование в АПК [Электронный ресурс]: Учебно-методическое пособие для обучающихся по направлению подготовки 36.03.02 Зоотехния Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вятская ГСХА, 2020

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp. - Загл. с экрана
Э2	Министерство сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://mcx.gov.ru/ . - Загл. с экрана.

6.3. Перечень информационных технологий

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционная система семейства Windows (Windows Vista Business AO NL, MS Win Prof 7 AO NL, Win Prof 7 AOL NL, Win Home Bas 7 AOL NL LGG, Win Starter 7 AO NL LGG, Win SL 8 AOL NL LGG, Win Prof 8 AOL NL, Win Home 10 All Languages Online Product Key License)
6.3.1.2	Приложения Office (MS Office Prof Plus 2007 AO NL, MS Office Prof Plus 2010 AO NL, MS Office 2013 OL NL, MS OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc)

6.3.1.3	Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security
6.3.1.4	Free Commander 2009/02b
6.3.1.5	Google Chrome 39/0/21/71/65
6.3.1.6	Opera 26/0/1656/24
6.3.1.7	Adobe Reader XI 11/0/09
6.3.1.8	Консультант Плюс
6.3.1.9	Гарант Аэро
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и современных профессиональных баз данных	
6.3.2.1	Информационная справочная система: КонсультантПлюс
6.3.2.2	Информационная справочная система: Гарант Аэро
6.3.2.3	Профессиональная база данных: Научная электронная библиотека elibrary.ru Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp
6.3.2.4	Профессиональная база данных: Электронный каталог ФГБОУ ВО Вятская ГСХА Режим доступа http://46.183.163.35/MarcWeb2

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю), представлено в Приложении 3.

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

Освоение дисциплины проводится в форме аудиторных занятий и внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся.

При проведении аудиторных занятий предусмотрено применение следующих инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества: творческие задания; работа в малых группах; дискуссия; системы дистанционного обучения; обсуждение и *разрешение проблем; разбор конкретных ситуаций. Количество часов занятий в интерактивных формах определено* учебным планом.

Практическая подготовка при реализации дисциплины организуется путем проведения практических занятий, лабораторных работ, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в следующих формах:

- самостоятельное изучение теоретического материала (тем дисциплины);
- подготовка к практическим и лабораторным занятиям;
- выполнение индивидуальных заданий (домашняя контрольная работа);
- подготовка к мероприятиям текущего контроля;
- подготовка к промежуточной аттестации.

При организации самостоятельной работы необходимо, прежде всего, обратить внимание на ключевые понятия, несущие основную смысловую нагрузку в том или ином разделе учебной дисциплины.

1. Самостоятельное изучение тем дисциплины

Для работы необходимо ознакомиться с учебным планом дисциплины и установить, какое количество часов отведено учебным планом в целом на изучение дисциплины, на аудиторную работу с преподавателем на лекционных и практических занятиях, а также на самостоятельную работу. С целью оптимальной самоорганизации необходимо сопоставить эту информацию с графиком занятий и выявить наиболее затратные по времени и объему темы, чтобы заранее определить для себя периоды объемных заданий. Целесообразно начать работу с изучения теоретического материала, основных терминов и понятий курса и с письменных ответов на индивидуальные и тестовые задания.

2. Подготовка к практическим и лабораторным занятиям.

Традиционной формой преподнесения материала является лекция. Курс лекций по предмету дает необходимую информацию по изучению закономерностей и тенденций развития объекта и предмета исследования изучаемой дисциплины. Лекционный материал рекомендуется конспектировать. Конспекты позволяют обучающемуся не только получить больше информации на лекции, но и правильно его структурировать, а в дальнейшем - лучше освоить.

Цель практических занятий заключается в закреплении теоретического материала по наиболее важным темам, в развитии у обучающихся навыков критического мышления в данной области знания, умений работы с учебной и научной литературой, нормативными материалами. В ходе подготовки к практическому (семинарскому) занятию обучающимся следует внимательно ознакомиться с планом, вопросами, вынесенными на обсуждение, досконально изучить соответствующий теоретический материал, предлагаемую учебную методическую и научную литературу. Рекомендуется обращение обучающихся к монографиям, статьям из специальных журналов, хрестоматийным выдержкам, а также к материалам средств массовой информации по теме, что позволяет в значительной мере углубить проблему и разнообразить процесс ее обсуждения.

3. Выполнение индивидуальных заданий. Работа по индивидуальным заданиям (домашняя контрольная работа) является одним из основных видов самостоятельной работы, направленной на закрепление, углубление и обобщение знаний по дисциплине. Целью выполнения индивидуальной работы является формирование навыков самостоятельного творческого решения профессиональных задач. Задачами выполнения индивидуальной работы являются систематизация, закрепление, углубление и расширение приобретенных обучающимся знаний, умений и навыков по дисциплине. Работа по индивидуальным заданиям (домашняя контрольная работа) включает следующие этапы: выбор темы; подбор и изучение литературы; составление плана работы; сбор и обработка теоретического и фактического материала; оформление работы.

4. Подготовка к мероприятиям текущего контроля.

В конце изучения каждой темы может проводиться тематическая контрольная работа, которая является средством текущего контроля и оценки знаний. Подготовка к ней заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.

5. Подготовка к промежуточной аттестации.

Подготовка к зачету является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством промежуточного контроля. Подготовка к зачету предполагает изучение конспектов лекций, рекомендуемой литературы и других источников, повторение материалов практических занятий.

Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Маркетинг и бизнес - планирование в АПК

Направление подготовки 36.03.02 Зоотехния
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Технология производства продуктов животноводства"

Квалификация бакалавр

Киров 2021

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины «Маркетинг и бизнес - планирование в АПК» и предназначен для оценки планируемых результатов обучения - знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций (п.2) в процессе изучения данной дисциплины.

ФОС включает в себя оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации в форме зачета.

ФОС разработан на основании:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 36.03.02 Зоотехния (приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 972);
- основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 36.03.02 Зоотехния направленности (профилю) программы бакалавриата «Технология производства продуктов животноводства»;
- Положения «О формировании фонда оценочных средств для промежуточной и итоговой аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования».

2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Универсальные компетенции:

- ✓ Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)
- ✓ Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9)

Профессиональные компетенции:

- ✓ Способен к организации работы коллектива исполнителей, принятия управленческих решений, анализировать и планировать технологические процессы (ПК-6)

Код формируемой компетенции	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы		
	Начальный этап	**Основной этап**	**Заключительный этап**
УК-2	Б1.О.13 Правоведение Б1.О.21 Бухгалтерский учёт и аудит Б1.О.32 Механизация, электрификация и автоматизация в животноводстве Б2.О.01.01.01(У) Учебная практика по зоологии Б2.О.01.01.02(У) Учебная практика по ботани-ке Б2.О.01.01.03(У) Учебная практика по общему животноводству	Б1.О.07 Экономика Б1.О.33 Разведение сельскохозяйственных животных Б1.О.34 Свиноводство Б1.О.35 Скотоводство Б1.В.13 Современные технологии производства свинины Б1.В.14 Кормление высокопродуктивных животных Б2.О.01.01.04(У) Учебная практика по частной зоотехнии и механизации Б2.О.01.01.05(У) Учебная практика по кормлению и кормопроизводству Б2.О.01.01.06(У) Учебная практика по гигиене животных Б2.О.01.02(Н) Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	Б1.О.08 Организация сельскохозяйственного производства Б1.О.17 Безопасность жизнедеятельности Б1.О.22 Менеджмент в АПК Б1.О.36 Птицеводство Б1.О.39 Нормативно-правовое регулирование в АПК Б1.В.02 Маркетинг и бизнес-планирование вАПК Б1.В.15 Инновационные технологии производства молока Б1.В.16 Племенное дело в животноводстве Б2.В.01.01(Н) Научно-исследовательская работа Б1.В.01.02(Пд) Преддипломная практика Б3.О.01 Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы ФТД.В.01 Разведениептиц редких и декоративных видов и пород

УК-9	Б1.О.21 Бухгалтерский учёт и аудит	Б1.О.07 Экономика Б1.О.08 Организация сельскохозяйственного производства Б1.О.02.01(П) Технологическая практика	Б1.О.22 Менеджмент в АПК Б1.В.02 Маркетинг и бизнес-планирование в АПК Б1.В.01.02(Пд) Преддипломная практика Б3.О.01 Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы
ПК-6	Б1.О.21 Бухгалтерский учёт и аудит ФТД.В.03 История Вятского края	Б1.В.07 Технология первичной переработки продуктов животноводства Б1.В.08 Молочное дело Б2.О.02.01(П) Технологическая практика	Б1.О.22 Менеджмент в АПК Б1.О.39 Нормативно-правовое регулирование в АПК Б1.В.02 Маркетинг и бизнес-планирование вАПК Б1.В.01.02(Пд) Пред-дипломная практика Б3.О.01 Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы

3. Планируемые результаты освоения образовательной программы по дисциплине, выраженные через компетенции и индикаторы их достижений, описание шкал оценивания

Код и наименование формируемых компетенций	**Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции**		**Наимено вание контролируе-мых разделов и тем**	**Наименование оценочного средства промежуточной аттестации**
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	знает принципы формирования задач в рамках поставленной цели	Раздел 4 рабочей программы дисциплины	Тестовые вопросы к зачету по дисциплине
	УК-2.2	умеет выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели		
	УК-2.3	владеет навыками оптимального решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	знает основные законы и закономерности функционирования экономики; основы экономической теории, необходимые для решения профессиональных социальных задач	Раздел 4 рабочей программы дисциплины	Тестовые вопросы к зачету по дисциплине
	УК-9.2	умеет применять экономические знания при выполнении практических задач; принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности		
	УК-9.3	владеет способностью использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач		
ПК-6. Способен к организации работы коллектива	ПК-6.1	знает правила эффективной организации работы коллектива исполнителей	Раздел 4 рабочей программы	Тестовые вопросы к зачету по

исполнителей, принятия управленческих решений, анализировать и планировать технологические процессы	ПК-6.2	умеет принимать управленческие решения, анализировать и планировать технологические процессы	дисциплины	дисциплине
	ПК-6.3	владеет навыками проведения маркетинга и бизнес-планирования выпуска продукции		

Для оценки сформированности соответствующих компетенций по дисциплине «Маркетинг и бизнес - планирование в АПК» при проведении промежуточной аттестации в форме зачета применяется следующая шкала оценивания:

№	Критерии оценива-ния	Шкала оценивания	
		не зачтено	зачтено
		Описание показателя	
1	Полнота знаний тео-ретического контро-лируемого материала	Низкий уровень усвоения материала. Продемонстрировано незнание зна-чительной части учебного материала - менее 60% правильных ответов	Продемонстрированы знания основного учебного материала - не менее 60% правильных ответов
2	Логичность, обосно-ванность, четкостьответа на вопросы	Существенные ошибки, нет ответов на дополни- тельные уточняющие во-просы	Грамотное и по существу изложение теоретического материала, не допуская суще-ственных неточностей в ответе на вопрос
3	Работа в течение семестра, наличие задолженности по текущему контролю успеваемости.	Имеются значительные пропуски занятий, задолженность по текущему контролю знаний	Активная работа, за-долженность отсутствует

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовые задания
по дисциплине «Маркетинг и бизнес - планирование в АПК»для промежуточной аттестации в форме зачета

1. Конкурентоспособность товара это:
   a) способность товара конкурировать на мировом рынке
   b) способность товара конкурировать с аналогами на конкретном рынке вопределенный период времени
   c) самая низкая себестоимость
   d) самый высокий в мире уровень качества

2. Какие из перечисленных ниже элементов не принадлежат к внешней средеживотноводческого хозяйства?
   a) банк обслуживающий хозяйство
   b) поставщик топливо-смазочных материалов
   c) отдел кадров хозяйства
   d) компания, закупающая продукцию хозяйства

3. На основе данных таблицы определите равновесную цену товара:

Цена	Спрос	Предложение
8	30	60
7	35	50
6	40	40
5	45	30

4	50	20

a) 8
b) 7
c) 6
d) 5
e) 4

4. Плановая цена товара 65 руб. за килограмм. Переменные затраты на 1 кг продукции 25 руб., постоянные затраты в месяц 3,6 млн. руб. При каком объемепродаж в месяц будет достигнута точка безубыточности?

a) 90 тонн
b) 0,09 кг
c) 55 тонн
d) 144 тонны
e) нет верного ответа

5. Совокупность потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же пред-лагаемый продукт и на комплекс маркетинга – это:

a) ассортимент
b) сегмент
c) комплекс маркетинга
d) регион

6. Сегментирование потребителей по географическому принципу – это разбивкана группы по:

a) уровню доходов
b) полу
c) месту проживания
d) типу личности

7. В какой концепции маркетинга предприятие стремится учесть одновременноинтересы фирмы, потребителя и общества:

a) концепция совершенствования производства
b) концепция совершенствования товара
c) концепция социально-этичного (ответственного) маркетинга
d) сбытовая концепция

8. Реклама – это:

a) элемент продвижения
b) элемент товародвижения
c) элемент ценообразования
d) элемент ассортиментной политики

9. К основным этапам процесса маркетинговых исследований не относится

a) реализация плана исследования
b) представление полученных результатов
c) наблюдение
d) разработка плана исследования

10. Предприятие предусмотрело вывести на рынок новый продукт. Переменныезатраты на единицу продукции составили 500 руб., постоянные затраты в год 1000 тыс. руб. Результаты исследования рынка позволили заключить, что про- дукт будет продаваться в объеме 10 тыс. ед. в год. При какой цене достигается пороговая (нулевая) прибыль?

a) 500 руб.

b) 600 руб.
c) 1500 руб.
d) 150 руб.
e) нет верного ответа

11. К показателям эффективности инвестиций в бизнес-плане относится:
a) выручка
b) чистый дисконтированный доход
c) себестоимость единицы продукции

12. К основным разделам бизнес-плана НЕ относятся:
a) организационный план и план маркетинга
b) регистрационный план и план погашения кредита
c) производственный план и финансовый план

13. Затраты труда на производство 1 т продукции 35 чел.-ч. Плановый объем производства 4400 т в год. Годовой фонд рабочего времени одного работника 2080 часов. Плановая потребность в персонале на год составит:
a) 74 чел.
b) 7 чел.
c) 60 чел.
d) 740 чел.
e) нет верного ответа

14. Экономический эффект плановых мероприятий – это:
a) отношение результата к затратам по его достижению
b) сумма инвестиций, деленная на плановую прибыль
c) степень достижения заданного результата; разность между результатом изатратами

15. График достижения безубыточности показывает влияние на прибыль:
a) объема производства (реализации)
b) численности работающих
c) объема инвестиций (капиталовложений)

16. Какой раздел бизнес-плана содержит описание потребности в сырье и обо-рудовании для выпуска продукции?
a) производственный план
b) план маркетинга
c) финансовый план
d) организационный план

17. В каком случае целесообразно применять функциональную структуру отде-ла маркетинга?
a) предприятие выпускает однородную продукцию и реализует ее на однойтерритории
b) предприятие выпускает однородную продукцию и реализует ее в различ-ных регионах и сегментах рынка
c) предприятие выпускает многочисленные виды продукции и реализует ихна одной территории
d) предприятие выпускает многочисленные виды продукции и реализует ихв различных регионах и сегментах рынка

18. Какую структуру отдела маркетинга следует выбрать предприятию, которое выпускает многочисленные виды продукции и реализует их на одной террито- рии?
a) функциональная структура

b) региональная структура
c) продуктовая структура

19. В каком разделе бизнес-плана по созданию нового предприятия обосновы-вается его организационно-правовая форма и форма собственности?

a) производственный план
b) план маркетинга
c) финансовый план
d) организационный план

20. В каком разделе бизнес-плана представлен план доходов и расходов?

a) производственный план
b) план маркетинга
c) финансовый план
d) организационный план

21. Предприятие предусмотрело вывести на рынок новый продукт. Переменныезатраты на единицу продукции составили 50 руб., постоянные затраты в год 1000 тыс. руб. Результаты исследования рынка позволили заключить, что про- дукт будет продаваться в объеме 10 тыс. ед. в год по цене 200 руб. за единицу. Чему равна плановая прибыль?

a) 500 руб.
b) 500 тыс. руб.
c) 1500 тыс. руб.
d) 2000 тыс. руб.
e) нет верного ответа

22. Комплекс маркетинга (система «Четырех П») включает инструменты:

a) потребитель, продукт, производство, цена
b) продукт, производство, цена, продвижение
c) продукт, цена, продажа, продвижение
d) информация, цена, продажа, продвижение

23. Канал сбыта «производитель - потребитель» является:

a) одноуровневым
b) двухуровневым
c) каналом нулевого уровня

24. Известны следующие характеристики сбытовых каналов:

Канал	Цена, руб.	Себестоимость про-изводства, руб.	Затраты на реа-лизацию, руб.
Гос. контракт	330	180	0
Собственный ма-газин	430	180	50
Посредники	400	180	10

Какой канал является наиболее прибыльным?

a) гос. контракт
b) собственный магазин
c) посредники

25. Совокупность приемов немедленного воздействия на поведение потребите-ля с целью реализации товара - это:

a) связи с общественностью
b) стимулирование сбыта
c) реклама

Вопросы для подготовки к зачету по дисциплине
«Маркетинг и бизнес - планирование в АПК»

1. Понятие и функции бизнес-плана.
2. Последовательность разработки и типовая структура бизнес-плана.
3. Методы планирования и их характеристика.
4. Резюме. Содержание и роль раздела в структуре бизнес-плана.
5. Анализ положения дел в отрасли. Содержание и роль раздела в структуребизнес-плана.
6. Существо предлагаемого проекта. Содержание и роль раздела в структуребизнес-плана.
7. Организационный план. Содержание и роль раздела в структуре бизнес-плана.
8. Методика обоснования показателей маркетингового раздела бизнес-плана.
9. Методика обоснования показателей производственного раздела бизнес-плана.
10. Методика обоснования показателей финансового раздела бизнес-плана.
11. Понятие и виды рисков. Методы учета фактора риска в бизнес-планировании.
12. Обоснование потребности в инвестициях и выбор источника финансирова-ния. Показатели эффективности инвестиций.
13. Понятие, исходные идеи и принципы маркетинга.14.Функции и виды маркетинга.
15. Процесс управления маркетингом. Концепции маркетинга.
16. Организация маркетинговой деятельности.
17. .Структура и элементы бизнес-среды. 18.Понятие и этапы маркетинговых исследований.19.Методы маркетинговых исследований.
20. Изучение конкурентов и формирование конкурентных преимуществ пред-приятия.
21. Конкурентоспособность продукции предприятия и методы ее оценки.22.Поведение потребителей, этапы принятия решения о покупке.
23. Сегментирование рынка.
24. Продукт как инструмент комплекса маркетинга.25.Цена как инструмент комплекса маркетинга.

26.Продажа (распределение) как инструмент комплекса маркетинга.27.Продвижение как инструмент комплекса маркетинга.

28.Особенности аграрного маркетинга.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедура оценивания сформированности индикаторов достижения компетенций при проведении промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинг и бизнес-планирование в АПК» проводится в форме зачета.

Порядок организации и проведения промежуточной аттестации обучающегося, форма проведения, процедура сдачи зачета, сроки и иные вопросы определены Положением о порядке организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Процедура оценивания сформированности индикаторов достижения компетенций при проведении зачета по дисциплине «Маркетинг и бизнес-планирование в АПК» проводится путем письменного или компьютерного тестирования обучающихся:

- обучающемуся выдается вариант письменного или компьютерного теста (система Moodle);
- в определенное время (в среднем 2 минуты на 1 тестовое задание) обучающийся отвечает на 20 вопросов теста, в котором представлены все изучаемые темы дисциплины;
- по результатам ответов на тестовые задания выставляется оценка согласно установленной шкале оценивания.

Для подготовки к зачету рекомендуется использовать лекционный и практический материал по дисциплине, литературные источники, рекомендованные в рабочей программе дисциплины.

Приложение 2

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине

Маркетинг и бизнес - планирование в АПК

Направление подготовки 36.03.02 Зоотехния
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Технология производства продуктов животноводства"
Квалификация бакалавр

Киров 2021

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины «Маркетинг и бизнес - планирование в АПК» и предназначен для оценки планируемых результатов обучения - сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины.

2. Перечень компетенций, формируемых при изучении дисциплины

Универсальные компетенции:

- ✓ Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)
- ✓ Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9)

Профессиональные компетенции:

- ✓ Способен к организации работы коллектива исполнителей, принятия управленческих решений, анализировать и планировать технологические процессы (ПК-6)

3. Банк оценочных средств

Для оценки сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины «Маркетинг и бизнес - планирование в АПК» используются следующие оценочные средства:

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции		Критерии оценивания	Наименование контролируемых разделов и/или тем в соответствии с содержанием РПД	Наименование оценочного средства текущей аттестации
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	знает принципы формирования задач в рамках поставленной цели	- Полнота знаний контролируемого материала - Логичность, обоснованность, четкость ответа на вопросы	Раздел 4 рабочей программы дисциплины.	Домашняя контрольная работа
	УК-2.2	умеет выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели			
	УК-2.3	владеет навыками оптимального решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений			
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельно	УК-9.1	Знает основные законы и закономерности функционирования экономики; основы экономической теории, необходимые для решения профессиональных	- Полнота знаний контролируемого материала - Логичность, обоснованность, четкость ответа	Раздел 4 рабочей программы дисциплины.	Домашняя контрольная работа

сти		социальных задач	на вопросы		
	УК-9.2	Умеет применять экономические знания при выполнении практических задач; принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности			
	УК-9.3	Владеет способностью использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач			
ПК-6. Способен к организации работы коллектива исполнителей, принятия управленческих решений, анализировать и планировать технологические процессы	ПК-6.1	знает правила эффективной организации работы коллектива исполнителей	- Полнота знаний контролируемого материала - Логичность, обоснованность, четкость ответа на вопросы	Раздел 4 рабочей программы дисциплины.	Домашняя контрольная работа
	ПК-6.2	умеет принимать управленческие решения, анализировать и планировать технологические процессы			
	ПК-6.3	владеет навыками проведения маркетинга и бизнес-планирования выпуска продукции			

Разноуровневые задачи и задания для проведения текущего контроля знаний

по дисциплине «Маркетинг и бизнес - планирование в АПК»

Текущий контроль в форме практических заданий предназначен определения уровня оценки сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности в процессе изучения дисциплины.

Результаты текущего контроля оцениваются посредством интегральной (целостной) двухуровневой шкалы:

Шкала оценивания	Показатели оценивания
Не зачтено	Низкий уровень знаний практического контролируемого материала. Продемонстрировано незнание значительной части учебного материала. Выполнение не более 50% типовых заданий и упражнений
Зачтено	Достаточный уровень знаний практического контролируемого материала. Продемонстрированы знания основной части учебного материала. Выполнение 50 и более % типовых заданий и упражнений

В результате текущего контроля определяется уровень усвоения учебного материала - «Не зачтено» или «Зачтено», при изучении отдельных тем и разделов дисциплины.

1 Установите соответствие инструмента маркетинга и его характеристики:

1.товар 2.цена 3. распространение/ продажа 4. продвижение	А) действия, с помощью которых компания распространяет сведения о достоинствах товара и убеждает целевых потребителей покупать его Б) действия компании, которые делают товар доступным для целевых клиентов В) неразрывное единство собственно товара и целого ряда услуг, которые компания предлагает целевому рынку Г) количество денег, которое должны заплатить клиенты, чтобы получить товар

2 Установите соответствие:

1. интенсивный сбыт 2. селективный сбыт 3. эксклюзивный сбыт	А) предполагает предоставление ограниченному числу посредников исключительного права на продажу товара в рамках сбытовых зон; Б) предполагает подключение к сбытовой программе всех возможных посредников независимо от формы их деятельности; В) предполагает ограничение числа посредников в зависимости от характера их клиентуры, уровня обслуживания, квалификации персонала.

3 Установите соответствие концепции управления маркетингом и ее содержания:

1. концепция совершенствования производства 2. концепция совершенствования товара 3. концепция маркетинга	А) потребитель отдаст предпочтение товарам, которые широко распространены и доступны по цене Б) потребитель отдаст предпочтение товарам, качество, свойства и характеристики которых постоянно улучшаются В) достижение компанией своих целей является результатом определения нужд и запросов целевых рынков и более эффективного по сравнению с конкурентами удовлетворения потребителя

4 Установите соответствие:

1. потребительская ценность 2. потребность 3. удовлетворенность потребителя	А) степень совпадения свойств товара, субъективно воспринимаемых клиентом, с ожиданиями, связанными с этим товаром; Б) оценочное суждение потребителя о способности товара удовлетворить его потребности; В) ощущаемый человеком недостаток в чем-то необходимом; Г) нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.

5 Установите соответствие:

1. маркетинговый раздел бизнес-плана 2. производственный раздел бизнес-плана	А) содержит обоснование затрат, связанных с осуществлением проекта и производством продукции; Б) содержит информацию о ценах, каналах распределения, кампании по стимулированию сбыта, об организации по-

3. финансовый раздел бизнес-плана	слепродажного обслуживания; В) содержит правовое обоснование той формы собственности и организационно-правовой формы, в которой предполагается вести бизнес; Г) содержит план продаж, план доходов и расходов, план денежных поступлений и платежей.

6 Известны следующие характеристики марок товара:

Параметр	марка X	марка У	марка Z	Коэффициент значимости параметра
Надежность	20	15	30	40
Дизайн	10	8	5	25
Удобство	6	9	8	35
Цена	125	130	120	X

Какая марка является более конкурентоспособной?

7 Объем продаж продукции предприятия составляет 100 тыс. шт. Переменные затраты на единицу продукции 25 руб., постоянные затраты 3,5 млн. руб., ожидаемый уровень рентабельности инвестиций 10%, инвестированный капитал 18 млн. руб.
Чему равна ЦЕЛЕВАЯ цена?

8 Объем продаж продукции предприятия составляет 100 тыс. шт. Переменные затраты на единицу продукции 25 руб., постоянные затраты 3,5 млн. руб., ожидаемый уровень рентабельности инвестиций 10%, инвестированный капитал 18 млн. руб.
Чему равна БЕЗУБЫТОЧНАЯ цена?

9 Известны следующие характеристики сбытовых каналов:

Канал	Цена, руб.	Себестоимость, руб.	Затраты на реализацию, руб.
Гос. заказ	30	15	0
Собственный магазин	40	15	5
Посредники	32	15	2

Какой канал обеспечивает наибольшую рентабельность продаж?

10 Известны следующие показатели эффективности инвестиционных проектов с одинаковой потребностью в капитале:

Показатели	Проект 1	Проект 2	Проект 3
Чистый дисконтированный доход, млн руб.	5	4	0
Внутренняя норма доходности, %	6	25	18
Индекс доходности	0,9	1,2	1,15
Срок окупаемости инвестиций, лет	12	6	10

В какой проект можно инвестировать капитал, если цена капитала 12%?

11 Предприятие проводит планирование объема продаж для применения новой технологии дражирования семян сельскохозяйственной культуры с использованием эффлюента. По представленным данным определите объем продаж с учетом производственных возможностей предприятия.

Производство эффлюента на предприятии в год	182500 кг

Норма расхода эффлюента на дражирование 1 кг семян	1,5 кг
Количество семян в 1 кг	28 тыс. шт.
Количество семян в 1 посевной единице (п.е.)	100 тыс. шт.

12 Рассчитайте чистый дисконтированный доход и срок окупаемости для бизнес-проекта при норме дисконта 25%

Показатели	Год 0	Год 1	Год 2	Год 3	Год 4	Год 5
Чистая прибыль, тыс. руб.		426	755	895	1000	1500
Амортизация, тыс. руб.		144	288	288	288	288
Инвестиции, тыс. руб.	2000	879				
Денежный поток, тыс. руб.						
Коэффициент дисконтирования						
Дисконтированный денежный поток, тыс. руб.						
Дисконтированный денежный поток нарастающим итогом, тыс. руб.						

13 Разработать бюджет маркетинга предприятия, занимающего 12% от общего объема рынка. Емкость рынка составляет 52850 тыс. ед. Показатель целевой прибыли 10 млн. руб. Цена реализации единицы продукции 40 руб., переменные затраты 34 руб./ед., постоянные издержки 26,5 млн. руб. Распределить бюджет маркетинга по составляющим комплекса маркетинга (на рекламу 40%, на стимулирование сбыта 35%, на маркетинговые исследования 25%).

14 Фирма закупает товар по цене 200 руб., продает по цене 250 руб. Объем продаж 300 единиц. Если фирма повысит цену на 10 %, то сколько единиц товара ей нужно будет продать, чтобы сохранить валовой доход?

15 Выбрать наиболее эффективный вариант реализации для предприятия, объем товарных запасов которого составляет 5100 ед. при себестоимости единицы продукции 15 руб.

1) реализация сразу после производства: цена реализации 18 руб., затраты на реализацию 1,5 руб./ед., потери при реализации 4 %.

2) реализация через полгода после производства: цена 21 руб./ед., затраты на хранение 1,5 руб./ед., затраты на реализацию 2,0 руб./ед., потери при хранении и реализации 7 %

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Процедура оценивания сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности в процессе изучения дисциплины при проведении текущего контроля знаний проводится путем выполнения заданий и задач на практических занятиях. В случае отсутствия обучающегося по уважительной причине задание ему выдается на дом с условием представления результатов на следующем занятии. Оценка проводится посредством интегральной (целостной) двухуровневой шкалы.

В результате решения разноуровневых задач и заданий при помощи шкалы оценивания определяется уровень освоения обучающимся учебного материала по разделу дисциплины: «Зачтено» или «Не зачтено».

Домашняя контрольная работа
по дисциплине «Маркетинг и бизнес - планирование в АПК»

Текущий контроль в форме домашней контрольной работы предназначен для самостоятельного изучения отдельных вопросов теоретического материала и практического выполнения заданий обучающихся заочной формы обучения

Результаты текущего контроля в форме **домашней контрольной работы** оцениваются посредством интегральной (целостной) двухуровневой шкалы:

Шкала оценивания:

Шкала оценивания	Показатели оценивания
Зачтено	Обучающийся овладел элементами дескрипторов компетенций в рамках определенного уровня: - раскрыт вопрос 1 - раскрыт вопрос 2 - оформлен и представлен на проверку отчет по выполнению ДКР
Не зачтено	Обучающийся не овладел элементами дескрипторов компетенций в рамках определенного уровня, обнаружил существенные пробелы в знании теоретического и практического материала. Не представлен на проверку отчет по выполнению ДКР

Типовые задания для домашней контрольной работы
для проведения текущего контроля знаний

Задание для контрольной работы включает 2 вопроса. Номера вопросов выбираются по номеру зачетной книжки.

1. Концепция совершенствования товара и концепция совершенствования производства в управлении маркетингом: характеристика и условия применения, ключевые отличия.
2. Концепция интенсификации коммерческих усилий (сбытовая) и концепция маркетинга: характеристика и условия применения, ключевые отличия.
3. Концепция маркетинга и концепция социально-этического маркетинга: характеристика и условия применения, ключевые отличия.
4. Опишите понятие маркетинговой среды фирмы, раскройте содержание основных факторов макро- и микросреды, в которой функционирует фирма.
5. Раскройте смысл понятий: сегментация рынка, целевые рынки, позиционирование товара.
6. Укажите достоинства и недостатки проведения маркетинговых исследований на основе использования методов фокус – групп, эксперимента, экспертной оценки.
7. Укажите достоинства и недостатки проведения маркетинговых исследований на основе использования методов опроса, эксперимента, наблюдения.
8. Модель покупательского поведения и роль психографических характеристик личности при принятии решений о покупке. Примеры сегментирования покупателей по психографическим признакам.
9. Основные цели ценовой политики фирмы. Стратегии ценообразования на новую продукцию и факторы, влияющие на выбор ценовой стратегии.
10. Основные критерии сегментации рынка товаров производственного назначения.
11. Чем определяется выбор канала распределения? Типы посредников и их характеристика.
12. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы в сбытовой политике предприятия, их виды и характеристика.
13. Понятие ассортимента, свойства и показатели ассортимента. Стратегии ассортиментного ценообразования.
14. Перечислите этапы разработки кампании по продвижению товара на рынок и дайте их характеристику.

15. С учетом каких факторов устанавливают цены на товары? Назовите методы ценообразования рынок и дайте их характеристику.

16. Качество и конкурентоспособность товара. Какова их взаимосвязь и место в стратегии маркетинга?

17. Перечислите этапы разработки нового товара и дайте их характеристику.

18. Методы стимулирования сбыта: сравнительная характеристика по назначению, возможностям, достоинствам и недостаткам.

19. Реклама: цели, задачи и функции, средства, носители.

20. Методы расчета бюджета маркетинга и их характеристика.

21. Виды бизнес-планов и их сравнительная характеристика.

22. Процесс разработки бизнес-плана, его этапы и участники.

23. Подходы к оценке емкости рынка в бизнес-планировании.

24. Процесс изучения конкурентов, типы конкурентных стратегий предприятия.

25. Жизненный цикл товара и задачи маркетинговой деятельности на каждой стадии жизненного цикла.

26. Планирование производственной программы нового бизнеса.

27. Методы обоснования себестоимости продукции в бизнес-планировании.

28. Сравнительная характеристика организационно-правовых форм ведения бизнеса. Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы нового предприятия в бизнес-плане.

29. Планирование потребности в персонале и расходов на оплату труда в бизнес-плане.

30. Планирование потребности в сырье и материалах, обоснование материальных затрат в бизнес-плане.

31. Понятие и виды рисков, различные подходы к классификации рисков бизнеса.

32. Методы оценки и анализа рисков, способы учета риска в бизнес-плане.

33. Виды эффективности инвестиционного проекта. Принципы оценки эффективности инвестиционного проекта.

34. Оценка потребности в инвестициях в бизнес-планировании. Источники финансирования бизнес-проекта и их характеристика.

35. Основные международные стандарты бизнес-планирования: общие требования и разделы бизнес-плана.

36. Методы бизнес-планирования. Характеристика аналитических и расчетных методов в бизнес-планировании.

37. Календарное планирование бизнес-проекта. Составление и способы наглядного представления календарных планов.

38. Анализ безубыточности в бизнес-планировании.

39. Бизнес-план финансового оздоровления предприятия: характеристика и особенности.

40. Презентация бизнес-плана для инвесторов. Виды инвестиционных презентаций. Типовая структура инвестиционной презентации.

Последняя цифра в номере зачетной книжки	Предпоследняя цифра в номере зачетной книжки									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
1	1;21	11;31	5;31	16;21	20;28	10;31	1;31	11;21	10;21	20;31
2	2;22	12;32	6;32	17;22	19;22	9;32	2;32	12;22	9;22	19;32
3	3;23	13;33	7;33	18;23	18;23	8;33	3;33	13;23	8;23	18;33
4	4;24	14;34	8;34	19;24	17;24	7;34	4;34	14;24	7;24	17;34
5	5;25	15;35	9;35	20;25	16;25	6;35	5;35	15;25	6;25	16;35
6	6;26	16;36	10;36	11;26	15;26	5;36	6;36	16;26	5;26	15;36
7	7;27	17;37	1;37	12;27	14;27	4;37	7;37	17;27	4;27	14;37
8	8;28	18; 38	2;38	13;28	13;21	3;38	8;38	18;28	3;28	13;38
9	9;29	19;39	3:39	14;29	12;29	2;39	9;39	19;29	2;29	12;39
0	10;30	20;40	4;40	15;30	11;30	1;40	10;40	20;30	1;30	11;40

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Процедура сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности в процессе изучения дисциплины при проведении текущего контроля знаний в форме домашней контрольной работы определяется следующими методическими указаниями:

- выполнение контрольной работы проводится в аудиториях, отведенных для самостоятельной работы обучающихся, либо в домашних условиях.
- выполнение домашней контрольной работы (ДКР) осуществляется в соответствии с вариантом, номер которого определяется по двум последним цифрам номера зачетной книжки обучающегося.

В процессе выполнения ДКР оформляется отчет, включающий следующие разделы:

- Титульный лист;
- Оглавление;
- Вопрос 1;
- Вопрос 2;
- Библиографический список

Отчет по ДКР принимается в сброшюрованном печатном виде на листах формата А4 (210*297), и в электронном виде.

По результатам проверки домашней контрольной работы преподавателем выставляется отметка согласно установленной шкалы оценивания.

Приложение 3

ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Маркетинг и бизнес планирование в АПК

Учебная аудитория для занятий семинарского типа	**Д-124** Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, 8 персональных компьютеров, принтер. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Rinel-Lingov70, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT – Analysis, KonSiAnketter, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение
Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	
Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций	
Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	**Д-127** Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном, 15 персональных компьютеров. Список ПО: Windows, Microsoft Office, Kaspersky Antivirus, Kaspersky Endpoint Security, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSi SWOT – Analysis, KonSi Anketter, Галактика Экспресс 8.1 Демо, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение.
Учебная аудитория для занятий семинарского типа	
Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	
Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций	
Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	
Помещение для самостоятельной работы	**Б-202** Библиотека Читальный зал Рабочее место администратора, компьютерная мебель, компьютер администратора, 11 персональных компьютеров, 3 принтера, видеоувеличитель. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirusи свободно распространяемое программное обеспечение С возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации

Приложение 4

Перечень
периодических изданий, рекомендуемый по дисциплине
«Маркетинг и бизнес-планирование в АПК»

Наименование	Наличие доступа
Аграрная наука Евро-Северо-Востока [Текст]: научный журнал / ФАНЦ Северо-Востока им. Н.В. Рудницкого ; [гл. ред. В. А. Сысуев].	Читальный зал библиотеки ФГБОУ ВО Вятская ГСХА
Аграрная наука Евро-Северо-Востока [Электронный ресурс]: научный журнал / ФАНЦ Северо-Востока им. Н.В. Рудницкого ; [гл. ред. В. А. Сысуев].	Научная электронная библиотека Режим доступа: https://elibrary.ru/title_about_new.asp?id=9750
Вестник Вятской ГСХА [Электронный ресурс]: журн. / ФГБОУ ВО Вятская ГСХА	Научная электронная библиотека Режим доступа: https://elibrary.ru/title_about.asp?id=73672
Успехи современной науки [Электронный ресурс]: журн. / Клюев С.В.	Научная электронная библиотека Режим доступа: https://elibrary.ru/title_about.asp?id=54919
Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием [Электронный ресурс]: журн. / ООО «Грин молл»	Научная электронная библиотека Режим доступа: https://www.elibrary.ru/title_about.asp?id=33439