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

УТВЕРЖДАЮ

Декан биологического факультета

_____ М.С. Шевнина

"18" апреля 2023 г.

Маркетинг в животноводстве

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **экономики и менеджмента**

Учебный план Направление подготовки 36.04.02 Зоотехния
Направленность (профиль) программы магистратуры "Технология призводства продуктов животноводства"

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 44
самостоятельная работа 64

Виды контроля в семестрах:
зачеты 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	**2 (1.2)**			
Недель	15			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	14	14	14	14
Практические	30	30	30	30
В том числе инт.	16	16	16	16
Итого ауд.	44	44	44	44
Контактная работа	44	44	44	44
Сам. работа	64	64	64	64
Итого	108	108	10	108

Киров 2023

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 4285BD6BEB8900E0BFFD5A2C6C4531B6
Владелец: Симбирских Елена Сергеевна
Действителен: с 25.05.2023 до 17.08.2024

Программу составил(и):
к.э.н., Доцент, Маракулина И.В. _____

Рецензент(ы):
д.э.н., Профессор, Логинов Д.А. _____

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг в животноводстве
разработана в соответствии с ФГОС:

ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 36.04.02 Зоотехния (приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 973)

составлена на основании Учебного плана:

Направление подготовки 36.04.02 Зоотехния
Направленность (профиль) программы магистратуры "Технология призводства продуктов животноводства"
одобренного и утвержденного Ученым советом университета от 18.04.2023 протокол № 5.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией

Протокол № 5 от "18"апреля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол № 8а от "18"апреля 2023 г.

Зав. кафедрой _____к.б.н., доцент Лежнина Ольга Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Протокол от "__" _____ 2024 г. № __

Зав. кафедрой _____

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 _____

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

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2026 г. № __

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2027 г. № __

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛЬ (ЦЕЛИ) ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	приобретение углубленных теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга, понимания процесса маркетинга как важного фактора успешного взаимодействия организации (предприятия) с бизнес-средой

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.О
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
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
ОПК-3	Способен осуществлять и совершенствовать профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере агропромышленного комплекса
ОПК-3.1	знать нормативно-правовые акты в сфере АПК
ОПК-3.2	уметь осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК
ОПК-3.3	владеть навыками профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК
ПК-4	Способен к разработке и управлению проектами в области животноводства
ПК-4.1	знать принципы составления и реализации проектов в области животноводства
ПК-4.2	уметь разрабатывать проекты в области животноводства
ПК-4.3	владеть навыками разработки и управления проектами в области животноводства
ОПК-2	Способен анализировать влияние на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов
ОПК-2.1	знать природные, социально-хозяйственные, генетические и экономические факторы, влияющие на организм животных
ОПК-2.2	уметь осуществлять профессиональную деятельность с учётом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов
ОПК-2.3	владеть навыками анализа и ведения профессиональной деятельности с учётом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	принципы составления и реализации проектов в области животноводства: принципы маркетинга, особенности аграрного маркетинга, инструменты комплекса маркетинга продукции животноводства
3.1.2	нормативно-правовые акты в сфере АПК, регулирования конкуренции и рекламной деятельности
3.1.3	природные, социально-хозяйственные, генетические и экономические факторы, влияющие на организм животных
3.1.4	принципы формирования задач в рамках поставленной цели
3.2	**Уметь:**
3.2.1	разрабатывать проекты в области животноводства: обосновывать выбор инструментов комплекса маркетинга продукции животноводства
3.2.2	осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК, регулирования конкуренции и рекламной деятельности
3.2.3	осуществлять профессиональную деятельность с учетом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов
3.2.4	выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели
3.3	**Иметь навыки и (или) опыт деятельности (Владеть):**

3.3.1	навыками разработки и управления проектами в области животноводства: проектирования маркетинговых решений в области животноводства
3.3.2	навыками профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК, регулирования конкуренции и рекламной деятельности
3.3.3	навыками анализа и ведения профессиональной деятельности с учетом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов
3.3.4	навыками оптимального решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Маркетинг в животноводстве				
1.1	Сущность и содержание маркетинга. Особенности маркетинга в АПК /Лек/	2	2	0	
1.2	Функции и виды маркетинга /Пр/	2	4	2	
1.3	Информационное обеспечение маркетинга. Технология маркетинговых исследований /Лек/	2	2	0	
1.4	Информационное обеспечение маркетинга. Технология маркетинговых исследований /Пр/	2	4	2	
1.5	Методы маркетинга /Лек/	2	2	0	
1.6	Методы маркетинга /Пр/	2	4	2	
1.7	Управление маркетингом на предприятии /Лек/	2	2	0	
1.8	Управление маркетингом на предприятии /Пр/	2	4	2	
1.9	Инструменты маркетинга /Лек/	2	2	0	
1.10	Инструменты маркетинга. Комплекс маркетинга на различных этапах жизненного цикла продукта /Пр/	2	6	4	
1.11	Особенности комплекса маркетинга продукции животноводства /Лек/	2	2	0	
1.12	Особенности комплекса маркетинга продукции животноводства /Пр/	2	4	2	
1.13	Сферы применения маркетинга и проблемы взаимодействия маркетинга и общества /Лек/	2	2	0	
1.14	Сферы применения маркетинга и проблемы взаимодействия маркетинга и общества /Пр/	2	4	2	
1.15	Подготовка к лекционным и практическим занятиям /Ср/	2	22	0	
1.16	Подготовка к мероприятиям текущего контроля /Ср/	2	10	0	
1.17	Самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	2	22	0	
1.18	Подготовка к зачету /Ср/	2	10	0	
1.19	/Зачёт/	2	0	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 Приложении 1 и 2.

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л.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
Л.2	В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков	Практикум по маркетингу [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов Режим доступа: https://www.book.ru/book/926019	Москва: КноРус, 2017
Л.3	Маханова Е.В.	Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: учебно-метод. пособие для обучающихся всех форм обучения уровня бакалавриата, специалитета и магистратуры Режим доступа: http://90.156.226.97/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вят. ГСХА, 2017

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л.4	Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой	Маркетинг в агропромышленном комплексе [электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов Режим доступа: https://urait.ru/bcode/450426	Юрайт, 2020
Л.5	Беляев В.И.	Маркетинг: основы теории и практики [Электронный ресурс]: учебник Режим доступа: https://book.ru/book/938878	КноРус, 2021
Л.6	Маракулина И.В.	Маркетинг в животноводстве [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для обучающихся по направлению 36.04.02 Зоотехния Режим доступа: http://90.156.226.97/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 Вятский ГАТУ Режим доступа: http://90.156.226.97/MarcWeb2/Default.asp		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

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 лекционным и 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 лекционным и 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

_____ М.С. Шевнина

"18" апреля 2023 г.

Маркетинг в животноводстве

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **экономики и менеджмента**

Учебный план Направление подготовки 36.04.02 Зоотехния
Направленность (профиль) программы магистратуры "Технология призводства продуктов животноводства"

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 24
самостоятельная работа 84

Виды контроля в семестрах:
зачеты 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	**3 (2.1)**			
Недель	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практические	16	16	16	16
В том числе инт.	8	8	8	8
Итого ауд.	24	24	24	24
Контактная работа	24	24	24	24
Сам. работа	84	84	84	84
Итого	108	108	10	108

Киров 2023

Программу составил(и):
к.э.н., Доцент, Маракулина И.В. _____

Рецензент(ы):
д.э.н., Профессор, Логинов Д.А. _____

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг в животноводстве
разработана в соответствии с ФГОС:

ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 36.04.02 Зоотехния (приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 973)

составлена на основании Учебного плана:

Направление подготовки 36.04.02 Зоотехния
Направленность (профиль) программы магистратуры "Технология призводства продуктов животноводства"
одобренного и утвержденного Ученым советом университета от 18.04.2023 протокол № 5.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией

Протокол № 5 от "18"апреля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол № 8а от "18"апреля 2023 г.

Зав. кафедрой _____кандидат биологических наук, доцент Лежнина Ольга Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Протокол от "__" _____ 2024 г. № __

Зав. кафедрой _____

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 _____

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

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2026 г. № __

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2027 г. № __

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛЬ (ЦЕЛИ) ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	приобретение углубленных теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга, понимания процесса маркетинга как важного фактора успешного взаимодействия организации (предприятия) с бизнес-средой

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.О
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
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
ОПК-3	Способен осуществлять и совершенствовать профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере агропромышленного комплекса
ОПК-3.1	знать нормативно-правовые акты в сфере АПК
ОПК-3.2	уметь осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК
ОПК-3.3	владеть навыками профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК
ПК-4	Способен к разработке и управлению проектами в области животноводства
ПК-4.1	знать принципы составления и реализации проектов в области животноводства
ПК-4.2	уметь разрабатывать проекты в области животноводства
ПК-4.3	владеть навыками разработки и управления проектами в области животноводства
ОПК-2	Способен анализировать влияние на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов
ОПК-2.1	знать природные, социально-хозяйственные, генетические и экономические факторы, влияющие на организм животных
ОПК-2.2	уметь осуществлять профессиональную деятельность с учётом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов
ОПК-2.3	владеть навыками анализа и ведения профессиональной деятельности с учётом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	принципы составления и реализации проектов в области животноводства: принципы маркетинга, особенности аграрного маркетинга, инструменты комплекса маркетинга продукции животноводства
3.1.2	нормативно-правовые акты в сфере АПК, регулирования конкуренции и рекламной деятельности
3.1.3	природные, социально-хозяйственные, генетические и экономические факторы, влияющие на организм животных
3.1.4	принципы формирования задач в рамках поставленной цели
3.2	**Уметь:**
3.2.1	разрабатывать проекты в области животноводства: обосновывать выбор инструментов комплекса маркетинга продукции животноводства
3.2.2	осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК, регулирования конкуренции и рекламной деятельности
3.2.3	осуществлять профессиональную деятельность с учетом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов
3.2.4	выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели
3.3	**Иметь навыки и (или) опыт деятельности (Владеть):**

3.3.1	навыками разработки и управления проектами в области животноводства: проектирования маркетинговых решений в области животноводства
3.3.2	навыками профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК, регулирования конкуренции и рекламной деятельности
3.3.3	навыками анализа и ведения профессиональной деятельности с учетом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов
3.3.4	навыками оптимального решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Маркетинг в животноводстве				
1.1	Сущность и содержание маркетинга. Особенности маркетинга в АПК. Сферы применения маркетинга и проблемы взаимодействия маркетинга и общества /Лек/	3	2	0	
1.2	Функции и виды маркетинга. Сферы применения маркетинга и проблемы взаимодействия маркетинга и общества /Пр/	3	4	2	
1.3	Информационное обеспечение маркетинга. Технология маркетинговых исследований /Лек/	3	2	0	
1.4	Информационное обеспечение маркетинга. Технология маркетинговых исследований /Пр/	3	4	2	
1.5	Управление маркетингом на предприятии. Методы маркетинга	3	2	0	
1.6	Управление маркетингом на предприятии. Методы маркетинга	3	4	2	
1.7	Инструменты маркетинга. Особенности комплекса маркетинга продукции животноводства /Лек/	3	2	0	
1.8	Инструменты маркетинга. Комплекс маркетинга на различных этапах жизненного цикла продукта /Пр/	3	2	2	
1.9	Особенности комплекса маркетинга продукции животноводства /Пр/	3	2	0	
1.10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям /Ср/	3	24	0	
1.11	Подготовка к мероприятиям текущего контроля /Ср/	3	6	0	
1.12	Самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	3	44	0	
1.13	Подготовка к зачету /Ср/	3	10	0	
1.14	/Зачёт/	3	0	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 Приложении 1 и 2.

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л.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
Л.2	В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков	Практикум по маркетингу [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов Режим доступа: https://www.book.ru/book/926019	Москва: КноРус, 2017
Л.3	Маханова Е.В.	Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: учебно-метод. пособие для обучающихся всех форм обучения уровня бакалавриата, специалитета и магистратуры Режим доступа: http://90.156.226.97/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вят. ГСХА, 2017
Л.4	Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой	Маркетинг в агропромышленном комплексе [электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов Режим доступа: https://urait.ru/bcode/450426	Юрайт, 2020
Л.5	Беляев В.И.	Маркетинг: основы теории и практики [Электронный ресурс]: учебник Режим доступа: https://book.ru/book/938878	КноРус, 2021

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л.6	Маракулина И.В.	Маркетинг в животноводстве [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для обучающихся по направлению 36.04.02 Зоотехния Режим доступа: http://90.156.226.97/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			
6.3.2.3	Информационная справочная система: Гарант Аэро		
6.3.2.4			
6.3.2.5	Профессиональная база данных: Научная электронная библиотека elibrary.ru Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp		
6.3.2.6			
6.3.2.7	Профессиональная база данных: Электронный каталог ФГБОУ ВО Вятский ГАТУ Режим доступа: http://90.156.226.97/MarcWeb2/Default.asp		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

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 лекционным и 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 лекционным и 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

_____ М.С. Шевнина

"18" апреля 2023 г.

Маркетинг в животноводстве

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **экономики и менеджмента**

Учебный план Направление подготовки 36.04.02 Зоотехния
Направленность (профиль) программы магистратуры "Технология призводства продуктов животноводства"

Квалификация **магистр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 12
самостоятельная работа 92
часов на контроль 4

Виды контроля на курсах:
зачеты 2

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
Вид занятий	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
В том числе инт.	2	2	2	2
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	92	92	92	92
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

Киров 2023

Программу составил(и):
к.э.н., Доцент, Маракулина И.В. _____

Рецензент(ы):
д.э.н., Профессор, Логинов Д.А. _____

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг в животноводстве
разработана в соответствии с ФГОС:

ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 36.04.02 Зоотехния (приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 973)

составлена на основании Учебного плана:

Направление подготовки 36.04.02 Зоотехния
Направленность (профиль) программы магистратуры "Технология призводства продуктов животноводства"
одобренного и утвержденного Ученым советом университета от 18.04.2023 протокол № 5.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией

Протокол № 5 от "18"апреля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол № 8а от "18"апреля 2023 г.

Зав. кафедрой _____кандидат биологических наук, доцент Лежнина Ольга Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Протокол от "__" _____ 2024 г. № __

Зав. кафедрой _____

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 _____

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

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2026 г. № __

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2027 г. № __

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛЬ (ЦЕЛИ) ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	приобретение углубленных теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга, понимания процесса маркетинга как важного фактора успешного взаимодействия организации (предприятия) с бизнес-средой

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.О
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
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
ОПК-3	Способен осуществлять и совершенствовать профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере агропромышленного комплекса
ОПК-3.1	знать нормативно-правовые акты в сфере АПК
ОПК-3.2	уметь осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК
ОПК-3.3	владеть навыками профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК
ПК-4	Способен к разработке и управлению проектами в области животноводства
ПК-4.1	знать принципы составления и реализации проектов в области животноводства
ПК-4.2	уметь разрабатывать проекты в области животноводства
ПК-4.3	владеть навыками разработки и управления проектами в области животноводства
ОПК-2	Способен анализировать влияние на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов
ОПК-2.1	знать природные, социально-хозяйственные, генетические и экономические факторы, влияющие на организм животных
ОПК-2.2	уметь осуществлять профессиональную деятельность с учётом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов
ОПК-2.3	владеть навыками анализа и ведения профессиональной деятельности с учётом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	принципы составления и реализации проектов в области животноводства: принципы маркетинга, особенности аграрного маркетинга, инструменты комплекса маркетинга продукции животноводства
3.1.2	нормативно-правовые акты в сфере АПК, регулирования конкуренции и рекламной деятельности
3.1.3	природные, социально-хозяйственные, генетические и экономические факторы, влияющие на организм животных
3.1.4	принципы формирования задач в рамках поставленной цели
3.2	**Уметь:**
3.2.1	разрабатывать проекты в области животноводства: обосновывать выбор инструментов комплекса маркетинга продукции животноводства
3.2.2	осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК, регулирования конкуренции и рекламной деятельности
3.2.3	осуществлять профессиональную деятельность с учетом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов
3.2.4	выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели
3.3	**Иметь навыки и (или) опыт деятельности (Владеть):**

3.3.1	навыками разработки и управления проектами в области животноводства: проектирования маркетинговых решений в области животноводства
3.3.2	навыками профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК, регулирования конкуренции и рекламной деятельности
3.3.3	навыками анализа и ведения профессиональной деятельности с учетом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов
3.3.4	навыками оптимального решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Маркетинг в животноводстве				
1.1	Сущность и содержание маркетинга. Особенности маркетинга в АПК. Управление маркетингом на предприятии. Методы маркетинга /Лек/	2	2	0	
1.2	Информационное обеспечение маркетинга. Технология маркетинговых исследований /Пр/	2	2	2	
1.3	Управление маркетингом на предприятии. Методы маркетинга	2	2	0	
1.4	Инструменты маркетинга. Особенности комплекса маркетинга продукции животноводства /Лек/	2	2	0	
1.5	Инструменты маркетинга. Комплекс маркетинга на различных этапах жизненного цикла продукта /Пр/	2	2	0	
1.6	Особенности комплекса маркетинга продукции животноводства /Пр/	2	2	0	
1.7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям /Ср/	2	2	0	
1.8	Подготовка к мероприятиям текущего контроля /Ср/	2	2	0	
1.9	Самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	2	54	0	
1.10	Выполнение индивидуальных заданий (домашняя контрольная работа) /Ср/	2	20	0	
1.11	Подготовка к зачету /Ср/	2	14	0	
1.12	/Зачёт/	2	0	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 Приложении 1 и 2.

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л.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
Л.2	В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков	Практикум по маркетингу [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов Режим доступа: https://www.book.ru/book/926019	Москва: КноРус, 2017
Л.3	Маханова Е.В.	Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: учебно-метод. пособие для обучающихся всех форм обучения уровня бакалавриата, специалитета и магистратуры Режим доступа: http://90.156.226.97/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вят. ГСХА, 2017
Л.4	Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой	Маркетинг в агропромышленном комплексе [электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов Режим доступа: https://urait.ru/bcode/450426	Юрайт, 2020
Л.5	Беляев В.И.	Маркетинг: основы теории и практики [Электронный ресурс]: учебник Режим доступа: https://book.ru/book/938878	КноРус, 2021
Л.6	Маракулина И.В.	Маркетинг в животноводстве [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для обучающихся по направлению 36.04.02 Зоотехния Режим доступа: http://90.156.226.97/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 Вятский ГАТУ Режим доступа: http://90.156.226.97/MarcWeb2/Default.asp

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) представлено в Приложении 3 РПД.

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 лекционным и практическим 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 лекционным и 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. 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 в животноводстве

Направление подготовки 36.04.02 Зоотехния

Направленность (профиль) программы магистратуры "Технология производства продуктов животноводства"

Квалификация магистр

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины «Маркетинг в животноводстве» 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 - магистратура по направлению подготовки 36.04.02 Зоотехния (приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 973);
- основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 36.04.02 Зоотехния направленности (профилю) программы магистратуры «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)

Общепрофессиональные компетенции:

- ✓ Способен анализировать влияние на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов (ОПК-2)
- ✓ Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК (ОПК-3)

Профессиональные компетенции:

- ✓ Способен к разработке и управлению проектами в области животноводства (ПК-4)

Код формируемой компе-тенции	**Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы**		
	Начальный этап	**Основной этап**	**Заключительный этап**
УК-2	Б1.О.08 Инновационные технологии в животноводстве Б1.О.11 Маркетинг в животноводстве	Б2.О.01.01(У) Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) Б2.В.02.01(П) Технологическая практика Б2.О.02.03(П) Педагогическая практика	Б1.О.14 Контроль и управление качеством продукции животноводства Б1.В.ДВ.02.02 Интенсификация производства продукции птицеводства Б2.О.02.02(П) Научно-исследовательская работа Б2.В.01.01(П) Преддипломная практика Б3.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
ОПК-2	Б1.О.04 Современные проблемы зоотехнии Б1.О.11 Маркетинг в животноводстве Б1.О.17 Современные проблемы производства продуктов птицеводства	Б1.О.12 Современные методы воспроизводства животных Б1.О.18 Генетические основы селекции Б2.О.01.01(У) Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) Б2.О.02.01(П) Технологическая практика	Б1.О.14 Контроль и управление качеством продукции животноводства Б1.О.19 Прикладная генетика и геномика животных Б2.О.02.02(П) Научно-исследовательская работа Б3.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
ОПК-3	Б1.О.11 Маркетинг в животноводстве Б1.О.09 Организация ветеринарного дела в	Б1.О.12 Современные методы воспроизводства животных	Б1.О.14 Контроль и управление качеством продукции животноводства Б3.01 Защита выпускной

	животноводстве		квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
ПК-4	Б1.О.08 Инновационные технологии в животноводстве Б1.В.04 Основы подготовки магистерской диссертации	Б1.О.05 Информационные технологии в зоотехнии Б1.О.11 Маркетинг в животноводстве Б2.О.02.01(П) Технологическая практика	Б1.В.ДВ.02.02 Интенсификация производства продукции птицеводства Б2.О.02.02(П) Научно-исследовательская работа Б2.В.01.01(П) Преддипломная практика Б3.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

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**		**Наименование контролируемых 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	знать принципы формирования задач в рамках поставленной цели	Раздел 4 рабочей программы дисциплины	Тестовые вопросы к зачету по дисциплине
	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		
ОПК-2. Способен анализировать влияние на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов	ОПК-2.1	знать природные, социально-хозяйственные, генетические и экономические факторы, влияющие на организм животных	Раздел 4 рабочей программы дисциплины	Тестовые вопросы к зачету по дисциплине
	ОПК-2.2	уметь осуществлять профессиональную деятельность с учётом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов		
	ОПК-2.3	владеть навыками анализа и ведения профессиональной деятельности с учётом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов		
ОПК-3. Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК	ОПК-3.1	знать нормативно-правовые акты в сфере АПК	Раздел 4 рабочей программы дисциплины	Тестовые вопросы к зачету по дисциплине
	ОПК-3.2	уметь осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК		
	ОПК-3.3	владеть навыками профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК		
ПК-4. Способен к разработке и управлению проектами в области животноводства	ПК-4.1	знать принципы составления и реализации проектов в области животноводства	Раздел 4 рабочей программы дисциплины	Тестовые вопросы к зачету по дисциплине
	ПК-4.2	уметь разрабатывать проекты в области животноводства		
	ПК-4.3	владеть навыками разработки и управления проектами в области животноводства		

Для оценки сформированности соответствующих компетенций по дисциплине «Маркетинг в животноводстве» при проведении промежуточной аттестации в форме зачета применяется следующая шкала оценивания:

№	Критерии оценивания	Шкала оценивания	
		не зачтено	зачтено
		Описание показателя	
1	Полнота знаний теоретического контролируемого материала	Низкий уровень усвоения материала. Продемонстрировано незнание значительной части учебного материала - менее 60% правильных ответов	Продемонстрированы знания основного учебного материала - не менее 60% правильных ответов
2	Логичность, обоснованность, четкость ответа на вопросы	Существенные ошибки, нет ответов на дополнительные уточняющие вопросы	Грамотное и по существу изложение теоретического материала, не допуская существенных 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, задолженность 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 в животноводстве»
для промежуточной аттестации в форме зачета

Компетенция УК-2

1 Выберите вариант ответа, включающий перечень принципов маркетинга:

a) производить только то, что нужно потребителю; дифференцированный подход к рынку; ориентация на нововведения; нацеленность на достижение конечного практического результата деятельности; комплексный подход к достижению цели; активное приспособление деятельности к требованиям рынка с одновременным целенаправленным воздействием на него
b) совершенствование производства; совершенствование товара; интенсификация коммерческих усилий, маркетинг на основе исследования потребностей; социально-ответственный маркетинг
c) поддерживающий маркетинг, демаркетинг, противодействующий маркетинг, развивающий маркетинг, синхромаркетинг, ремаркетинг, конверсионный маркетинг, стимулирующий маркетинг

2 Какую концепцию управления маркетингом следует использовать для достижения цели увеличения объема выпуска продукции и снижения себестоимости в условиях, когда спрос чувствителен к цене и превышает предложение?

a) концепцию совершенствование производства
b) концепцию совершенствования товара
c) концепцию маркетинга

3 Для достижения целей проекта какую структуру отдела маркетинга следует выбрать предприятию, которое выпускает многочисленные виды продукции и реализует их на одной территории?

a) функциональная структура
b) региональная структура
c) продуктовая структура

4 Для достижения целей проекта выбор товарной организации службы маркетинга:

a) предполагает распределение обязанностей между сотрудниками по выполняемым функциям
b) предполагает распределение обязанностей между сотрудниками по видам продукции
c) предполагает распределение обязанностей между сотрудниками по рынкам или сегментам

5 Для достижения целей проекта выбор функциональной организации службы маркетинга:

a) предполагает распределение обязанностей между сотрудниками по выполняемым функциям
b) предполагает распределение обязанностей между сотрудниками по видам продукции
c) предполагает распределение обязанностей между сотрудниками по рынкам или сегментам

6 Для достижения целей проекта выбор рыночной организации службы маркетинга:

a) предполагает распределение обязанностей между сотрудниками по выполняемым функциям
b) предполагает распределение обязанностей между сотрудниками по видам продукции
c) предполагает распределение обязанностей между сотрудниками по рынкам или сегментам

7 На какой стадии жизненного цикла продукта цель маркетинга – достичь в короткие сроки максимально возможной осведомленности потенциальных покупателей о новом продукте и быстро создать первичный спрос?

a) внедрение
b) рост
c) зрелость
d) спад

8 На какой стадии жизненного цикла продукта цель маркетинга – увеличение общего размера рынка и максимизация уровня охвата рынка?

a) внедрение
b) рост
c) зрелость
d) спад

9 На какой стадии жизненного цикла продукта цель маркетинга – четко позиционировать марку в сознании целевых сегментов потребителей для сохранения высокого уровня охвата рынка?

a) внедрение
b) рост
c) зрелость
d) спад

10 На какой стадии жизненного цикла продукта цель маркетинга – извлечь максимальный доход не считаясь со снижением продаж?

a) внедрение
b) рост
c) зрелость
d) спад

Компетенция ОПК-2

1 Какой из перечисленных ниже элементов не принадлежит к внешней среде животноводческого хозяйства?

a) банк обслуживающий хозяйство
b) поставщик топливо-смазочных материалов
c) отдел кадров хозяйства
d) компания, закупающая продукцию хозяйства

2 Какое мероприятие не влияет на увеличение объема производства продукции животноводства:

a) увеличение поголовья животных
b) совершенствование структуры кормового рациона
c) обновление парка молоковозов
d) улучшение условий содержания животных

3 Количество молока в пересчете на базисную жирность с увеличением содержания жира…

a) увеличивается
b) уменьшается
c) не изменяется

4 Какая особенность сельскохозяйственной продукции дает возможность ее реализации на товарной бирже?

a) однородность
b) неосязаемость
c) скоропортящийся характер

5 Какая особенность сельскохозяйственной продукции повышает зависимость отрасли от уровня развития технологий транспортировки и хранения продукции?

a) неосязаемость
b) скоропортящийся характер
c) однородность

6 Какая особенность сельскохозяйственной продукции повышает стратегическую значимость отрасли?

a) неосязаемость
b) незаменимость
c) однородность

7 В птицеводстве побочной продукцией является

a) яйцо
b) мясо
c) пух и перо

8 В молочном скотоводстве молоко является продукцией:

a) основной
b) побочной
c) сопряженной

9 Что является ориентиром при определении нижней границы цены продукции животноводства?

a) себестоимость продукции
b) цены конкурентов
c) максимальная цена спроса

10 Выбор способа транспортировки продукции животноводства осуществляют при формировании:

a) товарной политики
b) сбытовой политики
c) политики маркетинговых коммуникаций

Компетенция ОПК-3

1 Как называется марка или ее часть, зарегистрированная установленным образом и обладающая правовой защитой?
a) марочное имя
b) товарный знак
c) патент

2 Как называются цены, уровень которых утверждается органами государственной власти?
a) рыночные
b) регулируемые
c) фиксированные

3 Какой закон устанавливает права потребителей на приобретение товаров надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды?
a) закон о защите прав потребителей
b) налоговый кодекс
c) закон о защите конкуренции
d) закон о рекламе

4 Какой закон направлен на обеспечение единства экономического пространства, создание условий для эффективного функционирования товарных рынков?
a) закон о защите прав потребителей
b) налоговый кодекс
c) закон о защите конкуренции
d) закон о рекламе

5 Какой закон регулирует отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы?
a) закон о защите прав потребителей
b) налоговый кодекс
c) закон о защите конкуренции
d) закон о рекламе

6 Какой закон определяет права потребителя при обнаружении в товаре недостатков?
a) закон о защите прав потребителей
b) налоговый кодекс
c) закон о защите конкуренции
d) закон о рекламе

7 Какой закон определяет особенности рекламы пищевых добавок и продуктов детского питания?
a) закон о защите прав потребителей
b) налоговый кодекс
c) закон о защите конкуренции
d) закон о рекламе

8 К какой группе параметров конкурентоспособности относят соответствие товара требованиям ГОСТ?
a) нормативные параметры
b) технические параметры
c) экономические параметры

9 Какой нормативный документ регулирует права на товарный знак и фирменное наименование?
a) гражданский кодекс
b) налоговый кодекс
c) закон о защите прав потребителей

10 Федеральный государственный контроль (надзор) в сфере рекламы осуществляется:
a) антимонопольным органом
b) рекламодателем
c) покупателем

Компетенция ПК-4

1 К основным этапам процесса маркетинговых исследований при реализации проектов не относится
a) реализация плана исследования
b) представление полученных результатов
c) наблюдение
d) разработка плана исследования

2 При реализации проектов в области животноводства что не входит в комплекс маркетинга (систему «Четырех П»)?
a) продукт
b) цена
c) продвижение

d) спрос

3 При реализации проектов в области животноводства канал сбыта «производитель - потребитель» является:

a) одноуровневым
b) двухуровневым
c) каналом нулевого уровня

4 При реализации проектов какой тип маркетингового контроля предназначен для выявления степени достижения плановых показателей:

a) контроль выполнения годовых планов
b) контроль прибыльности
c) стратегический контроль

5 Установите верную последовательность этапов процесса управления маркетингом при реализации проектов:

a) отбор целевых рынков; анализ рыночных возможностей; разработка комплекса маркетинга; претворение в жизнь маркетинговых мероприятий
b) анализ рыночных возможностей; отбор целевых рынков; разработка комплекса маркетинга; претворение в жизнь маркетинговых мероприятий
c) разработка комплекса маркетинга; анализ рыночных возможностей; претворение в жизнь маркетинговых мероприятий; отбор целевых рынков}

6 При реализации проектов сегментирование потребителей по демографическому принципу – это разбивка на группы по:

a) полу
b) месту проживания
c) типу личности
d) частоте покупки

7 При реализации проектов сегментирование потребителей по географическому принципу – это разбивка на группы по:

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

8 При реализации продукции «конъюнктура рынка» – это:

a) емкость рынка
b) ситуация на рынке, сложившаяся под воздействием комплекса факторов спроса и предложения
c) внутрифирменная ситуация

9 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 объеме продаж в месяц будет достигнута точка безубыточности?

a) 90 тонн
b) 40 тонн
c) 144 тонны
d) нет верного ответа

10 При реализации проектов реклама – это:

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

Вопросы для подготовки к зачету по дисциплине
«Маркетинг в животноводстве»

1. Понятие и исходные идеи маркетинга, направления его использования в животноводстве в условиях рыночных отношений.
2. Концепции маркетинга.
3. Принципы маркетинга
4. Функции маркетинга.
5. Инструменты маркетинга.
6. Структура и элементы бизнес-среды. Роль маркетинга во взаимодействии с бизнес-средой.
7. Маркетинговая информационная система и ее элементы.
8. Понятие и виды маркетинговых исследований.
9. Этапы проведения маркетинговых исследований.
10. Этапы принятия решения о покупке потребителем.
11. Покупательское поведение на рынке товаров производственного назначения.
12. Особенности маркетинга в АПК.
13. Особенности сельскохозяйственной продукции как объекта маркетинга.
14. Стратегическое планирование маркетинга.
15. Стратегии охвата рынка.
16. Понятие и признаки сегментирования рынка.
17. Применение метода матриц в стратегическом анализе и планировании маркетинга.
18. Процесс управления маркетингом.

19. Структура и содержание плана маркетинга.
20. Контроль маркетинга.
21. Организация службы маркетинга.
22. Маркетинговые решения в товарной политике предприятия.
23. Направления товарной политики.
24. Жизненный цикл товара.
25. Этапы разработки нового товара.
26. Маркетинговые решения в ценовой политике предприятия.
27. Маркетинговые решения в сбытовой политике предприятия.
28. Этапы разработки кампании по продвижению товара.
29. Средства маркетинговых коммуникаций.
30. Взаимодействие маркетинга и общества.

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 в животноводстве» 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 в животноводстве» 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 в животноводстве

Направление подготовки 36.04.02 Зоотехния

Направленность (профиль) программы магистратуры "Технология производства продуктов животноводства"

Квалификация магистр

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины «Маркетинг в животноводстве» 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)

Общепрофессиональные компетенции:

- ✓ Способен анализировать влияние на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов (ОПК-2)
- ✓ Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК (ОПК-3)

Профессиональные компетенции:

- ✓ Способен к разработке и управлению проектами в области животноводства (ПК-4)

3. Банк оценочных средств

Для оценки сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины «Маркетинг в животноводстве» 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	знать принципы формирования задач в рамках поставленной цели	- Полнота знаний контролируемого материала - Логичность, обоснованность, четкость ответа на вопросы	Раздел 4 рабочей программы дисциплины	Разноуровневые задачи и задания, домашняя контрольная работа
	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			
ОПК-2. Способен анализировать влияние на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов	ОПК-2.1	знать природные, социально-хозяйственные, генетические и экономические факторы, влияющие на организм животных			
	ОПК-2.2	уметь осуществлять профессиональную деятельность с учётом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов			
	ОПК-2.3	владеть навыками анализа и ведения профессиональной деятельности с учётом влияния на организм животных природных, социально-хозяйственных, генетических и экономических факторов			
ОПК-3. Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК	ОПК-3.1	знать нормативно-правовые акты в сфере АПК			
	ОПК-3.2	уметь осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК			
	ОПК-3.3	владеть навыками профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере АПК			

ПК-4. Способен к разработке и управлению проектами в области животноводства	ПК-4.1	знать принципы составления и реализации проектов в области животноводства			
	ПК-4.2	уметь разрабатывать проекты в области животноводства			
	ПК-4.3	владеть навыками разработки и управления проектами в области животноводства			

Разноуровневые задачи и задания для проведения текущего контроля знаний
по дисциплине «Маркетинг в животноводстве»

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 задач маркетинга этапам жизненного цикла продукта

1. внедрение
2. рост
3. зрелость
4. спад

А) увеличение общего размера рынка, максимизация уровня охвата рынка, создание позитивного имиджа марки, создание лояльности марке
Б) сохранить и по возможности расширить долю рынка, а также обрести устойчивое конкурентное преимущество перед прямыми конкурентами
В) быстрое создание первичного спроса и сокращение продолжительности стадии
Г) поддержка, «сбор урожая» или прекращение выпуска товара

2 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

3 Установите соответствие:

1. емкость рынка
2. доля рынка
3. сегмент рынка
4. рыночная ниша

А) процентное соотношение объема продаж фирмы с общим объемом продаж отрасли
Б) группа потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же продукт и комплекс маркетинга
В) сегмент или его часть, не занятые конкурентами
Г) потенциальный или реальный объем реализации конкретного товара на определенном рынке за определенный период времени

4 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

5 Установите соответствие:

1. потребительская ценность
2. потребность
3. удовлетворенность

А) степень совпадения свойств товара, субъективно воспринимаемых клиентом, с ожиданиями, связанными с этим товаром;
Б) оценочное суждение потребителя о способности товара удовлетворить его потребности;

потребителя

В) ощущаемый человеком недостаток в чем-то необходимом;
Г) нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.

6 Известны следующие характеристики марок товара:

Параметр	марка А	марка Б	марка В	Коэффициент значимости параметра
Надежность	20	15	30	0,40
Дизайн	10	8	5	0,25
Удобство	6	9	8	0,35
Цена	125	130	120	Х

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 продаж 20%. Чему равна цена с надбавкой?

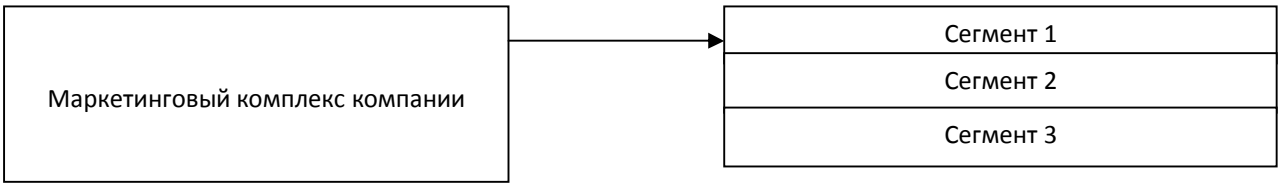
8 Объем продаж продукции предприятия составляет 100 тыс. шт. Переменные затраты на единицу продукции 25 руб., постоянные затраты 3,5 млн. руб., ожидаемый уровень рентабельности продаж 20%. Чему равна БЕЗУБЫТОЧНАЯ цена?

9 Известны следующие характеристики сбытовых каналов:

Канал	Цена единицы продукции, руб.	Себестоимость единицы продукции, руб.	Затраты на реализацию единицы продукции, руб.
Гос. заказ	300	150	0
Собственный магазин	400	150	70
Посредники	320	150	20

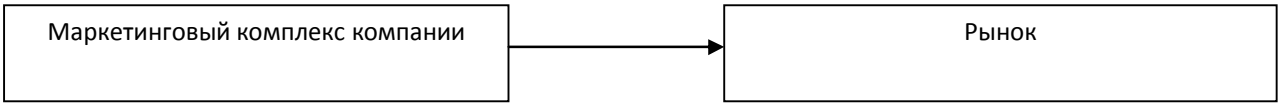
Какой канал обеспечивает наибольшую рентабельность продаж?

10. Какую стратегию охвата рынка иллюстрирует данный рисунок?



А) недифференцированный маркетинг
Б) дифференцированный маркетинг
В) концентрированный маркетинг
Г) комплексный маркетинг

11. Какую стратегию охвата рынка иллюстрирует данный рисунок?



А) недифференцированный маркетинг
Б) дифференцированный маркетинг
В) концентрированный маркетинг
Г) комплексный маркетинг

12 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%).

13 Фирма закупает товар по цене 320 руб., продает по цене 400 руб. Объем продаж 300 единиц. Если фирма повысит цену на 10%, то сколько единиц товара ей нужно будет продать, чтобы сохранить валовой доход?

14 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 %

15 Установите соответствие:

1. рыночные цены
2. регулируемые цены
3. фиксированные цены

А) уровень цены устанавливается органами государственной власти
Б) принцип установления цены определяется органами государственной власти
В) уровень и принцип установления цены определяется предприятием-производителем (продавцом)

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 в животноводстве»

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 контрольный вопрос - 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 1 вопрос. Номер вопроса выбирается по номеру зачетной книжки.

Предпоследняя цифра номера зачетной книжки	Последняя цифра номера зачетной книжки									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
1, 4, 7, 0	1	4	7	10	13	16	19	22	25	28
2, 5, 8	2	5	8	11	14	17	20	23	26	29
3, 6, 9	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30

1. Маркетинг как философия бизнеса и интегрированная функция управления. Историческое развитие маркетинга.
2. Концепции маркетинга. Условия успешного применения концепций маркетинга для достижения целей предприятия.
3. Место маркетинга в управлении предприятиями. Процесс маркетингового управления.
4. Меры государственного регулирования маркетинга и рекламы.
5. Современная конкуренция и ее признаки. Нормативно-правовое регулирование в сфере защиты конкуренции.
6. Особенности маркетинга на рынке предприятий.
7. Особенности маркетинга на потребительском рынке. Психология поведения покупателя.
8. Маркетинговая информация. Маркетинговые информационные системы. Применение цифровых технологий для сбора и обработки маркетинговой информации.
9. Маркетинговые исследования. Методы маркетинговых исследований.
10. Понятие и признаки сегментирования рынка. Выбор стратегии охвата рынка.
11. Товарная политика предприятия. Разработка новых товаров и проблемы жизненного цикла товаров.
12. Комплекс маркетинга и проблемы управления сбытом.
13. Ценовая политика предприятия. Проблемы ценообразования.
14. Роль маркетингового плана в бизнес-плане.
15. Методы распространения и продвижения товаров и услуг.
16. Каналы распределения и товародвижения.
17. Розничная и оптовая торговля.
18. Реклама, стимулирование сбыта и отношения с общественностью.
19. Организация службы маркетинга на предприятии.

20. Подходы к планированию бюджета маркетинга. Эффективность маркетинга.
21. Маркетинговые исследования конкурентоспособности товара.
22. Потребительский рынок и модель покупательского поведения.
23. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.
24. Процесс принятия решения о покупке на потребительском рынке.
25. Факторы, влияющие на поведение покупателей товаров промышленного назначения.
26. Особенности маркетинга на рынке промежуточных продавцов (посредников).
27. Особенности маркетинга на рынке государственных организаций.
28. Организация контроля маркетинговой деятельности.
29. Особенности маркетинга в АПК. Особенности сельскохозяйственной продукции как объекта маркетинга
30. Концепция интенсификации коммерческих усилий (сбытовая) и концепция маркетинга: характеристика и условия применения, ключевые отличия.

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;
- Ответ на контрольный вопрос;
- 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 в животноводстве

<table>
<tr><td>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа</td><td rowspan="5">Б-210
Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном.
Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirusи свободно распространяемое программное обеспечение
Д-122
Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, мультимедийное оборудование с экраном, 23 персональных компьютера, 2 принтера.
Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT – Analysis, KonSiAnketter, IBMSPSSStatisticsBase, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение
Д-127
Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном, 15 персональных компьютеров
Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, KasperskyEndpointSecurity, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT – Analysis, KonSiAnketter, Галактика Экспресс 8.1 Демо, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение</td></tr>
<tr><td>Учебная аудитория для занятий семинарского типа</td></tr>
<tr><td>Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</td></tr>
<tr><td>Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций</td></tr>
<tr><td>Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации</td></tr>
<tr><td>Учебная аудитория для занятий семинарского типа</td><td rowspan="4">Д-124
Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном, 12 персональных компьютеров, принтер.
Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, KasperskyEndpointSecurity, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия4», KonSiSWOT – Analysis, KonSiAnketter, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение</td></tr>
<tr><td>Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</td></tr>
<tr><td>Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций</td></tr>
<tr><td>Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации</td></tr>
<tr><td>Помещение для самостоятельной работы</td><td>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</td></tr>
</table>

Приложение 4

Перечень
периодических изданий, рекомендуемый по дисциплине
«Маркетинг в животноводстве»

Наименование	Наличие доступа
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
Экономика и бизнес: теория и практика [Электронный ресурс]: журн. /ООО «Капитал»	Научная электронная библиотека Режим доступа: https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=53633
Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК – продукты здорового питания [Электронный ресурс]: журн. / Технологическая платформа Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК-продукты здорового питания	Научная электронная библиотека Режим доступа: https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=50570