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

УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета

_____ Т.Б. Шиврина

"15" апреля 2021 г.

Маркетинговые исследования в АПК

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **экономики и менеджмента**

Учебный план Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
в том числе:
аудиторные занятия 40
самостоятельная работа 30

Виды контроля в семестрах:
зачеты 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
Недель	13			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	14	14	14	14
Практические	26	26	26	26
КСР	2	2	2	2
В том числе инт.	10	10	10	10
Итого ауд.	40	40	40	40
Контактная работа	42	42	42	42
Сам. работа	30	30	30	30
Итого	72	72	72	72

Киров 2021

Программу составил(и):

к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента, Маракулина Ирина Викторовна

Рецензент(ы):

к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента, Санович Марина Александровна

Рабочая программа дисциплины

Маркетинговые исследования в АПК

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 г. № 7)

составлена на основании Учебного плана:

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)"

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

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией

экономического факультета Протокол № 6 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 Евгения Владимировна

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 маркетинговых исследований на примере сферы АПК, понимания информационного обеспечения маркетинговых решений с учетом специфика принятия решений в аграрной сфере, как важного фактора достижения организацией наибольшей эффективности на конкурентных рынках.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В.ДВ.09
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Обучающийся должен обладать знаниями, умениями, навыками не ниже 1 уровня(низкого), полученными при изучении следующих дисциплин: Маркетинг, Экономика отраслей АПК
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Производственная практика: преддипломная практика, Государственная итоговая аттестация

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	
Знать:	
Уровень 1	иметь представление об этапах и методах исследования поведения потребителей и рынков
Уровень 2	знать этапы и методы исследования поведения потребителей и рынков
Уровень 3	интерпретировать этапы и методы исследования поведения потребителей и рынков
Уметь:	
Уровень 1	характеризовать программу и проводить исследования поведения потребителей и рынков
Уровень 2	оценивать программу и проводить исследования поведения потребителей и рынков
Уровень 3	разрабатывать программу и проводить исследования поведения потребителей и рынков
Владеть:	
Уровень 1	навыками исследования и анализа поведения потребителей экономических благ
Уровень 2	навыками оценки результатов исследования и анализа поведения потребителей экономических благ
Уровень 3	навыками разработки и способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ

ПК-12: умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	
Знать:	
Уровень 1	на низком уровне методы и этапы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уровень 2	на базовом уровне методы и этапы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уровень 3	на продвинутом уровне методы и этапы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уметь:	
Уровень 1	на низком уровне применять методы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уровень 2	на базовом уровне применять методы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уровень 3	на продвинутом уровне применять методы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Владеть:	
Уровень 1	навыками применения базовых методов сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уровень 2	навыками применения комплекса методов сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уровень 3	навыками применения широкого спектра методов сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК

ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	
Знать:	
Уровень 1	на низком уровне особенности маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Уровень 2	на базовом уровне особенности маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Уровень 3	на продвинутом уровне особенности маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Уметь:	
Уровень 1	под контролем руководителя планировать и проводить маркетинговые исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Уровень 2	под контролем руководителя планировать и самостоятельно проводить маркетинговые исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Уровень 3	самостоятельно планировать и самостоятельно проводить маркетинговые исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Владеть:	
Уровень 1	навыками планирования и проведения маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков под контролем руководителя
Уровень 2	навыками планирования под контролем руководителя и самостоятельного проведения маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Уровень 3	навыками самостоятельного планирования и самостоятельного проведения маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	этапы и методы исследования поведения потребителей и рынков; методы и этапы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК; особенности маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
3.2	**Уметь:**
3.2.1	разрабатывать программу и проводить исследования поведения потребителей и рынков; применять методы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК; планировать и проводить маркетинговые исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
3.3	**Иметь навыки и (или) опыт деятельности (Владеть):**
3.3.1	способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ; навыками применения методов сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК; навыками планирования и проведения маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Основные понятия и этапы маркетинговых исследований						
1.1	Экономическое содержание и основные этапы маркетингового исследования потребителей и рынков в сфере АПК /Лек/	8	2	ПК-9 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
1.2	Постановка задач маркетингового исследования /Лек/	8	2	ПК-9 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.3	Выбор метода исследования и метода сбора маркетинговой информации /Лек/	8	2	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.4	Планирование программы исследования /Лек/	8	2	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
1.5	Постановка задач маркетингового исследования /Пр/	8	2	ПК-9 ПК-15	Л1.1Л2.2Л3.2	0	
1.6	Выбор метода исследования и метода сбора маркетинговой информации /Пр/	8	4	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.2Л3.2	2	
1.7	Планирование программы исследования /Пр/	8	4	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.2Л3.2	0	
1.8	Характеристика основных методов сбора маркетинговой информации /Пр/	8	4	ПК-9 ПК-15	Л1.1Л2.2Л3.2	2	

	Раздел 2. Обработка результатов исследования						
2.1	Выбор стратегии анализа данных и подготовка данных к анализу /Лек/	8	2	ПК-9 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
2.2	Основные этапы анализа и интерпретации данных маркетинговых исследований /Лек/	8	2	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
2.3	Подготовка отчета и презентация результатов исследования потребителей и рынков /Лек/	8	2	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.2	0	
2.4	Выбор стратегии анализа данных и подготовка данных к анализу /Пр/	8	4	ПК-9 ПК-15	Л1.1Л2.2Л3.2	2	
2.5	Основные этапы анализа и интерпретации данных маркетинговых исследований /Пр/	8	4	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.2 Л2.3Л3.2	2	
2.6	Подготовка отчета и презентация результатов исследования потребителей и рынков /Пр/	8	4	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.2 Л2.3Л3.2	2	
2.7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям /Ср/	8	8	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.8	Подготовка к мероприятиям текущего контроля /Ср/	8	2	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1	0	
2.9	Самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	8	6	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.10	Работа по индивидуальным заданиям /Ср/	8	8	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.11	Подготовка к зачету /Ср/	8	6	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1	0	
2.12	/Зачёт/	8	0	ПК-9 ПК-12 ПК-15		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

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л1.1	А. В. Коротков	Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров Режим доступа: https://biblio-online.ru/bcode/425254	Юрайт, 2019

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л2.1	Т. Н. Парамонова	Маркетинг: активные методы обучения [Электронный ресурс]: учеб. пособие Режим доступа: https://book.ru/book/919980	М.: Кнорус, 2016

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л2.2	Д. В. Тюрин	Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров Режим доступа: https://biblio-online.ru/bcode/425844	Юрайт, 2019
Л2.3	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
Л2.4	Парамонова Т.Н.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник Режим доступа: https://book.ru/book/918080	М.:КноРус, 2016
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л3.1	Катаева Н.Н.	Маркетинговые исследования в АПК [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вятская ГСХА, 2016
Л3.2	Маракулина, И. В.	Маркетинговые исследования в АПК [Электронный ресурс]: учебно-метод. пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вят. 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		
6.3.2.5	Профессиональная база данных: Центральная база статистических данных (ЦБСД) Режим доступа: https://www.gks.ru/dbscripts/cbsd		
6.3.2.6	Профессиональная база данных: Региональная база статистических данных «Кировской области» Режим доступа: http://statkirov.ru/dg/dbinet.cgi		
6.3.2.7	Профессиональная база данных: Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Кировской области, http://www.dsx-kirov.ru/		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине 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; использование общественных ресурсов; обсуждение и разрешение проблем. 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;
- выполнение индивидуальных заданий;
- 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 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 экономического факультета
_____ Т.Б. Шиврина
"15" апреля 2021 г.

Маркетинговые исследования в АПК

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **экономики и менеджмента**

Учебный план Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
в том числе:
аудиторные занятия 16
самостоятельная работа 52
часов на контроль 4

Виды контроля на курсах:
зачеты 4

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		Итого	
Вид занятий	УП	РП		
Лекции	8	8	8	8
Практические	8	8	8	8
В том числе инт.	8	8	8	8
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	52	52	52	52
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

Киров 2021

Программу составил(и):

к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента, Маракулина Ирина Викторовна

Рецензент(ы):

к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента, Санович Марина Александровна

Рабочая программа дисциплины

Маркетинговые исследования в АПК

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 г. № 7)

составлена на основании Учебного плана:

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)"

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

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией

экономического факультета Протокол № 6/2020-2021 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 Евгения Владимировна

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 маркетинговых исследований на примере сферы АПК, понимания информационного обеспечения маркетинговых решений с учетом специфика принятия решений в аграрной сфере, как важного фактора достижения организацией наибольшей эффективности на конкурентных рынках.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В.ДВ.09
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Обучающийся должен обладать знаниями, умениями, навыками не ниже 1 уровня(низкого), полученными при изучении следующих дисциплин: Маркетинг, Экономика отраслей АПК
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Производственная практика: преддипломная практика, Государственная итоговая аттестация

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	
Знать:	
Уровень 1	иметь представление об этапах и методах исследования поведения потребителей и рынков
Уровень 2	знать этапы и методы исследования поведения потребителей и рынков
Уровень 3	интерпретировать этапы и методы исследования поведения потребителей и рынков
Уметь:	
Уровень 1	характеризовать программу и проводить исследования поведения потребителей и рынков
Уровень 2	оценивать программу и проводить исследования поведения потребителей и рынков
Уровень 3	разрабатывать программу и проводить исследования поведения потребителей и рынков
Владеть:	
Уровень 1	навыками исследования и анализа поведения потребителей экономических благ
Уровень 2	навыками оценки результатов исследования и анализа поведения потребителей экономических благ
Уровень 3	навыками разработки и способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ

ПК-12: умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	
Знать:	
Уровень 1	на низком уровне методы и этапы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уровень 2	на базовом уровне методы и этапы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уровень 3	на продвинутом уровне методы и этапы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уметь:	
Уровень 1	на низком уровне применять методы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уровень 2	на базовом уровне применять методы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уровень 3	на продвинутом уровне применять методы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Владеть:	
Уровень 1	навыками применения базовых методов сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уровень 2	навыками применения комплекса методов сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК
Уровень 3	навыками применения широкого спектра методов сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК

ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	
Знать:	
Уровень 1	на низком уровне особенности маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Уровень 2	на базовом уровне особенности маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Уровень 3	на продвинутом уровне особенности маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Уметь:	
Уровень 1	под контролем руководителя планировать и проводить маркетинговые исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Уровень 2	под контролем руководителя планировать и самостоятельно проводить маркетинговые исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Уровень 3	самостоятельно планировать и самостоятельно проводить маркетинговые исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Владеть:	
Уровень 1	навыками планирования и проведения маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков под контролем руководителя
Уровень 2	навыками планирования под контролем руководителя и самостоятельного проведения маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
Уровень 3	навыками самостоятельного планирования и самостоятельного проведения маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	этапы и методы исследования поведения потребителей и рынков; методы и этапы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК; особенности маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
3.2	**Уметь:**
3.2.1	разрабатывать программу и проводить исследования поведения потребителей и рынков; применять методы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК; планировать и проводить маркетинговые исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков
3.3	**Иметь навыки и (или) опыт деятельности (Владеть):**
3.3.1	способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ; навыками применения методов сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК; навыками планирования и проведения маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Основные понятия и этапы маркетинговых исследований						
1.1	Экономическое содержание и основные этапы маркетингового исследования потребителей и рынков в сфере АПК /Лек/	4	2	ПК-9 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4	0	
1.2	Постановка задач маркетингового исследования. Выбор метода исследования и метода сбора маркетинговой информации /Лек/	4	2	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.3	0	
1.3	Выбор метода исследования и метода сбора маркетинговой информации /Ср/	4	8	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1	0	
1.4	Планирование программы исследования /Пр/	4	2	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.2	2	
1.5	Постановка задач маркетингового исследования /Ср/	4	8	ПК-9 ПК-15	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
1.6	Планирование программы исследования /Ср/	4	8	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
1.7	Характеристика основных методов сбора маркетинговой информации /Пр/	4	2	ПК-9 ПК-15	Л1.1Л2.3Л3.2	2	

	Раздел 2. Обработка результатов исследования						
2.1	Выбор стратегии анализа данных и подготовка данных к анализу /Лек/	4	2	ПК-9 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.3	0	
2.2	Основные этапы анализа и интерпретации данных маркетинговых исследований /Ср/	4	8	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
2.3	Подготовка отчета и презентация результатов исследования потребителей и рынков /Лек/	4	2	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.3	0	
2.4	Выбор стратегии анализа данных и подготовка данных к анализу /Пр/	4	2	ПК-9 ПК-15	Л1.1Л2.3Л3.2	2	
2.5	Подготовка отчета и презентация результатов исследования потребителей и рынков /Пр/	4	2	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.2	2	
2.6	Подготовка домашней контрольной работы /Ср/	4	10	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.7	Работа по индивидуальным заданиям /Ср/	4	10	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.8	/Зачёт/	4	4	ПК-9 ПК-12 ПК-15	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Э1	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

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л1.1	А. В. Коротков	Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров Режим доступа: https://biblio-online.ru/bcode/425254	Юрайт, 2019

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л2.1	Т. Н. Парамонова	Маркетинг: активные методы обучения [Электронный ресурс]: учеб. пособие Режим доступа: https://book.ru/book/919980	М.: Кнорус, 2016
Л2.2	Парамонова Т.Н.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник Режим доступа: https://book.ru/book/918080	М.:КноРус, 2016
Л2.3	Д. В. Тюрин	Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров Режим доступа: https://biblio-online.ru/bcode/425844	Юрайт, 2019
Л2.4	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

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л3.1	Катаева Н.Н.	Маркетинговые исследования в АПК [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вятская ГСХА, 2016

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л3.2	Маракулина, И. В.	Маркетинговые исследования в АПК [Электронный ресурс]: учебно-метод. пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вят. 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		
6.3.2.5	Профессиональная база данных: Центральная база статистических данных (ЦБСД) Режим доступа: https://www.gks.ru/dbscripts/cbsd		
6.3.2.6	Профессиональная база данных: Региональная база статистических данных «Кировской области» Режим доступа: http://statkirov.ru/dg/dbinet.cgi		
6.3.2.7	Профессиональная база данных: Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Кировской области, http://www.dsx-kirov.ru/		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине 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; использование общественных ресурсов; обсуждение и разрешение проблем. 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;
- выполнение индивидуальных заданий;
- 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 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.

Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
Маркетинговые исследования в АПК

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы бакалавриата «Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)»
Квалификация бакалавр

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования 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 по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.01.2016 N 7;
- основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) программы бакалавриата «Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)»;
- 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

Профессиональные компетенции:

- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);
- умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);
- умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15).

Код формируемой компетенции	**Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы**		
	Начальный	**Основной**	**Заключительный**
ПК-9	• Экономическая теория • Институциональная экономика • Защита прав потребителей	• Экономика отраслей АПК • Сельскохозяйственные рынки • Маркетинговые исследования в АПК • Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков • Коммерческий менеджмент в АПК • Организация и управление продажами на предприятиях АПК	• Производственная практика: преддипломная практика • Подготовка к государственной итоговой аттестации
ПК-12	• Компьютерные сети • Теория менеджмента	• Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности • Организация предпринимательской деятельности в АПК • Корпоративная социальная ответ-	• Производственная практика: преддипломная практика • Подготовка к государственной итоговой аттестации

		ственность • Сельскохозяйственные рынки • Маркетинговые исследования в АПК	
ПК-15	• Корпоративные финансы • Экономика недвижимости в АПК	• Организация предпринимательской деятельности в АПК • Финансовый менеджмент в АПК • Управление рисками в сельскохозяйственном производстве • Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков • Сельскохозяйственные рынки • Маркетинговые исследования в АПК	• Производственная практика: преддипломная практика • Подготовка к государственной итоговой аттестации

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Планируемые результаты обучения по дисциплине - знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы		
ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли		
Знать:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	иметь представление об этапах и методах исследования поведения потребителей и рынков	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - правильность решения практического задания; - логичность, обоснованность, четкость ответа, ответы на вопросы; - работа в течение семестра, отсутствие задолженности по текущему контролю успеваемости.
Уровень 2	знать этапы и методы исследования поведения потребителей и рынков	
Уровень 3	интерпретировать этапы и методы исследования поведения потребителей и рынков	
Уметь:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	характеризовать программу и проводить исследования поведения потребителей и рынков	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - правильность решения практического задания; - логичность, обоснованность, четкость ответа, ответы на вопросы; - работа в течение семестра, отсутствие задолженности по текущему контролю успеваемости.
Уровень 2	оценивать программу и проводить исследования поведения потребителей и рынков	
Уровень 3	разрабатывать программу и проводить исследования поведения потребителей и рынков	
Владеть:		**Критерии оценивания**

Уровень 1	навыками исследования и анализа поведения потребителей экономических благ	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - правильность решения практического задания; - логичность, обоснованность, четкость ответа, ответы на вопросы; - работа в течение семестра, отсутствие задолженности по текущему контролю успеваемости.
Уровень 2	навыками оценки результатов исследования и анализа поведения потребителей экономических благ	
Уровень 3	навыками разработки и способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ	
ПК-12: умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)		
Знать:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	на низком уровне методы и этапы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - правильность решения практического задания; - логичность, обоснованность, четкость ответа, ответы на вопросы; - работа в течение семестра, отсутствие задолженности по текущему контролю успеваемости.
Уровень 2	на базовом уровне методы и этапы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК	
Уровень 3	на продвинутом уровне методы и этапы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК	
Уметь:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	на низком уровне применять методы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - правильность решения практического задания; - логичность, обоснованность, четкость ответа, ответы на вопросы; - работа в течение семестра, отсутствие задолженности по текущему контролю успеваемости.
Уровень 2	на базовом уровне применять методы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК	
Уровень 3	на продвинутом уровне применять методы сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК	
Владеть:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	навыками применения базовых методов сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - правильность решения практического задания; - логичность, обоснованность, четкость ответа, ответы на вопросы;
Уровень 2	навыками применения комплекса методов сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК	

Уровень 3	навыками применения широкого спектра методов сбора необходимой информации для расширения связей с деловыми партнерами в АПК	- работа в течение семестра, отсутствие задолженности по текущему контролю успеваемости.
ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании		
Знать:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	на низком уровне особенности маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - правильность решения практического задания; - логичность, обоснованность, четкость ответа, ответы на вопросы; - работа в течение семестра, отсутствие задолженности по текущему контролю успеваемости.
Уровень 2	на базовом уровне особенности маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков	
Уровень 3	на продвинутом уровне особенности маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков	
Уметь:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	под контролем руководителя планировать и проводить маркетинговые исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - правильность решения практического задания; - логичность, обоснованность, четкость ответа, ответы на вопросы; - работа в течение семестра, отсутствие задолженности по текущему контролю успеваемости.
Уровень 2	под контролем руководителя планировать и самостоятельно проводить маркетинговые исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков	
Уровень 3	самостоятельно планировать и самостоятельно проводить маркетинговые исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков	
Владеть:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	навыками планирования и проведения маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков под контролем руководителя	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - правильность решения практического задания; - логичность, обоснованность, четкость ответа, ответы на вопросы; - работа в течение семестра, отсутствие задолженности по текущему контролю успеваемости.
Уровень 2	навыками планирования под контролем руководителя и самостоятельного проведения маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков	
Уровень 3	навыками самостоятельного планирования и самостоятельного проведения маркетингового исследования рынка в АПК с целью выявления рыночных и специфических рисков	

Для оценки сформированности соответствующих компетенций по дисциплине «Маркетинговые исследования в АПК» применяется аналитическая шкала оценивания:
Форма промежуточной аттестации – зачет

№	Критерии оценивания	Шкала оценивания	
		не зачтено	зачтено
		Описание показателя	
1	Уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач	Низкий уровень усвоения материала. Продемонстрировано незнание значительной части программного материала	Твердое знание материала
2	Правильность решения практического задания	Обучающийся неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы	Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения
3	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
4	Работа в течение семестра, отсутствие задолженности по текущему контролю успеваемости.	Имеются многочисленные пропуски занятий, задолженность по текущему контролю успеваемости	Активная работа в течение семестра, 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

Типовые тестовые задания
по дисциплине «Маркетинговые исследования в АПК»
для промежуточной аттестации в форме зачета

1. К индивидуальным экспертным методам исследований относят(***ПК-9, Знания, уровень 2 – базовый***):
а) эмпирические и экономико-математические методы;
б) интервью, метод сценариев и метод аналитических записок;
в) полевые и лабораторные эксперименты.
2. Наблюдение – это (***ПК-9, Знания, уровень 1 –низкий)***:
а) кабинетный метод сбора маркетинговой информации;
б) метод сбора первичной информации;
в) метод сбора вторичной информации.
3. Какой тип шкалы использован при формулировке следующего вопроса анкеты: «В небольших семейных кафе обслуживают лучше, чем в больших»: полностью согласен/ согласен/ не согласен/ решительно не согласен.» (***ПК-9, Знания, уровень 3 -продвинутый***)
а) оценочная шкала;
б) шкала Лайкерта;
в) семантический дифференциал;
г) метод парных сравнений.

4. Цели исследования могут быть (***ПК-12, Знания, уровень 2 –базовый***):
а) долгосрочными, краткосрочными и среднесрочными;
б) поисковыми, описательными, казуальными;

в) этическими, маркетинговыми, оправдательными.
5. Маркетинговые исследования – это (***ПК-12, Знания, уровень 1 –низкий)***:
а) первичная и вторичная информация;
б) исследования каналов товародвижения;
в) систематическое определение круга данных по рынку, их сбор, анализ и отчет о результатах и выводах.
6. К коллективным экспертным методам исследований относят (***ПК-12, Знания, уровень 2 – базовый***):
а) эмпирические и экономико-математические методы;
б) традиционный анализ документов и контент-анализ;
в) метод комиссий, мозгового штурма, метод Дельфи.
7. Планируется опросить 240 человек за 8 дней. Норма опроса на одного интервьюера 10 человек в день. Чему равно требуемое количество интервьюеров для проведения исследования? (***ПК-15, Знания, уровень 3 –продвинутый***):
а) 30;
б) 19;
в) 24;
г) 3.
8. Исследование, при котором опытным путем должно быть установлено, как изменение одной или нескольких независимых переменных влияет на зависимую переменную – это (***ПК-15, Знания, уровень 2 –базовый***):
а) наблюдение
б) эксперимент
в) анкетирование
9. Исследование, заключающее в констатации реальной маркетинговой ситуации (***ПК-15, Знания, уровень 2 –базовый***):
а) казуальное;
б) разведочное;
в) описательное
10. Планирование выборки – это (***ПК-9, Умения, уровень 2 –базовый***):
а) планирование потребительского сегмента;
б) определение объекта исследования, количества и процедуры формирования группы респондентов для исследования;
в) планирование встреч с респондентами для проведения исследования.

Типовые практические задания
по дисциплине «Маркетинговые исследования в АПК»
для промежуточной аттестации в форме зачета

Задание 1 (***ПК-9, ПК-12, ПК-15, Умения, Навыки, уровень 2 –базовый***)
Исследуется мнение потребителей о новом продукте с заданной точностью полученных результатов ± 6%. Уровень доверительной вероятности 95% (Z=1,96). Определить объем выборки, используя статистический метод с помощью процентных величин, если отсутствует информация о вариации (p=50%).
Задание 2 (***ПК-9, ПК-12, ПК-15, Умения, Навыки, уровень 3-продвинутый***)
Определить соотношение рыночных долей, рассчитанных по количеству и общей стоимости реализованной продукции, а также ценовые сегменты, в которых работает каждое предприятие.
В отрасли функционирует четыре предприятия, общие сведения о которых представлены в таблице.
Сводные данные о предприятиях отрасли

Показатели		Количество реализованной продукции, ед.	Цена, тыс. руб.	Выручка, тыс. руб.
1	Предприятие № 1	100	6	

2	Предприятие № 2	200	7	
3	Предприятие № 3	300	8	
4	Предприятие № 4	400	6	
Итого:			x	

Вопросы для подготовки к зачету по дисциплине
«Маркетинговые исследования в АПК»

1. Понятие информации и информационного обеспечения управления.
2. Маркетинговая информационная система. Экономическое содержание понятия «маркетинговые исследования».
3. Понятие исследования рынка. Основные направления исследования рынка. Оценка емкости и конъюнктуры рынка
4. Основные этапы проведения маркетинговых исследований.
5. Идентификация проблемы исследования. Основные цели маркетинговых исследований. Формирование рабочей гипотезы.
6. Определение типа требуемой информации и источников ее получения. Основные методы сбора маркетинговой информации.
7. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований.
8. Метод фокус-группы. Этапы сбора информации методом фокус-групп.
9. Методы опроса. Выбор конкретных методов опроса.
10. Панельный метод исследований.
11. Типы экспериментов. Проектирование экспериментов.
12. Экспертные оценки. Общая характеристика и этапы проведения экспертных опросов.
13. Композиция анкеты и ее апробация. Основные виды вопросов.
14. Планирование выборки.
15. Организация работы персонала при проведении маркетинговых исследований.
16. Базовый анализ данных маркетингового исследования и статистические показатели базового анализа.
17. Подготовка заключительного отчета о проведенном исследовании.
18. Презентация отчета о проведении маркетинговых исследований.

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

Процедура оценивания знаний, умений и навыков при проведении промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинговые исследования 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 знаний, умений и навыков при проведении зачета осуществляется путем выполнения тестового задания либо путем заслушивания ответа обучающегося на контрольные вопросы после предварительной подготовки:

- обучающемуся выдается вариант тестового задания по всем изученным темам дисциплины либо контрольный вопрос (задание);
- задание выполняется в течение ограниченного времени (не более 1 академического часа);
- выполненная работа поверяется преподавателем. По результатам проверки выставляется отметка в соответствии со шкалой оценивания.

Для подготовки к зачету рекомендуется использовать лекционный и практический материал по дисциплине, литературные источники, а также электронные ресурсы из перечня, представленного в РПД.

Приложение 2

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине
Маркетинговые исследования в АПК

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы бакалавриата «Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)»
Квалификация бакалавр

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования в АПК» и предназначен для оценки планируемых результатов обучения - знаний, умений, навыков в процессе изучения данной дисциплины.

2. Перечень компетенций, формируемых при изучении дисциплины

Профессиональные компетенции:

- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);
- умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);
- умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15).

3. Банк оценочных средств

Для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины «Маркетинговые исследования в АПК» используются следующие оценочные средства:

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства
1	Тестовые задания	Тестовые задания содержат теоретические вопросы, позволяющие определить уровень подготовки обучающегося
2	Контрольные задачи	Практические задания, позволяющие оценить умения и навыки, которыми овладел обучающийся при формировании соответствующих компетенций
3	Домашняя контрольная работа	Домашняя контрольная работа предназначена для самостоятельного изучения отдельных вопросов теоретического материала и практического выполнения заданий обучающихся заочной формы обучения

Тестовые задания
для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине
«Маркетинговые исследования в АПК»

Текущий контроль в форме тестирования предназначен для закрепления и поверки теоретических и практических знаний по отдельным темам дисциплины.

Результаты текущего контроля в форме тестирования оцениваются посредством интегральной (целостной) шкалы.

Шкала оценивания:

Критерии оценивания	Шкала оценивания			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	показатели			
Правильность ответов на вопросы теста	обучающийся дал менее 50% правильных ответов на вопросы теста	обучающийся дал 51-70% правильных ответов на вопросы теста	обучающийся дал менее 71-90% правильных ответов на вопросы теста	обучающийся дал более 90% правильных ответов на вопросы теста

Типовые тестовые задания
для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине
«Маркетинговые исследования в АПК»

1. Вы обращаетесь в Росстат за данными по структуре населения в Кировской области. Для какого вида исследований может быть использована эта информация:
а) полевых исследований;
б) кабинетных исследований.

2. Исследование, заключающее в констатации реальной маркетинговой ситуации:
а) казуальное;
б) разведочное;
в) описательное.

3. Полностью структурированная анкета - это:
а) анкета только с закрытыми вопросами;
б) анкета только с открытыми вопросами;
в) анкета со шкалой Лайкерта.

4. Выборка - это:
а) группа объектов исследования, которая является носителем характеристик всех единиц генеральной совокупности;
б) количество респондентов;
в) отдельные, наиболее важные вопросы анкеты.

5. Процедура проверки и выбраковки анкет:
а) выполняется перед проведением статистического анализа данных исследования;
б) выполняется после проведения статистического анализа данных исследования;
в) не применяется при проведении маркетинговых исследований.

6. В отчете по результатам маркетингового исследования нужно описать:
а) материальное положение исследователя и желаемое вознаграждение;
б) методику, результаты и ограничения исследования;
в) перечень авторов, публикующих учебники по маркетинговым исследованиям.

7. Емкость рынка представляет собой:
а) принципиально возможный объем прибыли от реализации товаров в течение года;
б) достижимый фактический или прогнозный объем продаж анализируемого товара;
в) доля рынка фирмы по отношению к конкурентам.

8. Конкурентоспособность товара это:
а) самый высокий в мире уровень качества;
б) способность товара конкурировать с аналогами на конкретном рынке в определенный период времени;
в) самая низкая себестоимость.

9. Определение «компания, владеющая максимальной долей рынка отрасли» соответствует термину:
а) рыночный лидер;
б) претендент на лидерство;
в) компания-последователь.

10. Определение «верхний предел рыночного спроса» соответствует термину:
а) целевой рынок;
б) потенциал рынка;
в) доля рынка.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Процедура оценивания знаний, умений и навыков при проведении текущего контроля успеваемости по дисциплине в форме тестирования определяется следующими методическими указаниями:

- тестирование проводится после изучения соответствующей темы дисциплины;
- при подготовке к тестированию обучающимся рекомендуется использовать лекционный и практический материал по дисциплине, литературные источники, а также электронные ресурсы из перечня, представленного в РПД;
- обучающемуся выдается вариант письменного или компьютерного теста (система Moodle), тестирование выполняется в течение ограниченного времени (не более 1 академического часа);
- по результатам тестирования выставляется отметка согласно установленной шкалы оценивания.

Контрольные задачи
для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине
«Маркетинговые исследования в АПК»

Текущий контроль в форме контрольных задач предназначен для закрепления и проверки умений и навыков, которыми овладел обучающийся при формировании соответствующих компетенций в ходе освоения дисциплины «Маркетинговые исследования в АПК». Результаты текущего контроля в форме контрольных задач оцениваются посредством интегральной (целостной) шкалы:

Шкала оценивания:

Критерии оценивания	Шкала оценивания			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	показатели			
Правильность решения контрольных задач	неправильное применение методики, неверные расчеты	существенные замечания по расчетам	правильное применение методик с незначительными замечаниями по расчетам	правильное применение методик, отсутствие замечаний по расчетам

Типовые контрольные задачи
для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине
«Маркетинговые исследования в АПК»

Задание 1

Планируется опросить 200 человек за 5 дней. Норма опроса на одного интервьюера 10 человек в день. Чему равно требуемое количество интервьюеров для проведения исследования?

Задание 2

Четырем экспертам предложено оценить определенное событие по 10-балльной шкале, а также заполнить анкету для оценки компетентности. Рассчитать взвешенную экспертную оценку события.

Эксперт	Оценка события	Объективная оценка				Субъективная оценка
		Должность	Образование	Общий стаж	Стаж по проблеме	
1	7	10	6	10	10	10
2	5	8	4	8	8	8
3	6	6	2	6	6	5
4	8	4	1	6	5	3

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Процедура оценивания знаний, умений и навыков при проведении текущего контроля успеваемости по дисциплине в форме контрольной работы определяется следующими методическими указаниями:

- контрольная работа проводится после изучения соответствующей темы дисциплины
- при подготовке к контрольной работе обучающимся рекомендуется использовать лекционный и практический материал по дисциплине, литературные источники, а также электронные ресурсы из перечня, представленного в РПД;
- обучающемуся выдается вариант письменного задания, работа выполняется в течение ограниченного времени (не более 2 академических часов)
- по результатам проверки контрольной работы преподавателем выставляется отметка согласно установленной шкалы оценивания

Домашняя контрольная работа

по дисциплине «Маркетинговые исследования 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:

Критерии оценки	Шкала оценки	
	не зачтено	зачтено
	показатели	
Соответствие содержания теме работы и полнота ее раскрытия	содержание работы не соответствует теме	содержание соответствует теме работы, тема раскрыта
Качество выполнения работы	имеются значительные логические нарушения в изложении материала; выводы не соответствуют фактическому материалу, либо носят необоснованный характер	материал изложен логично; сделаны самостоятельные выводы, отвечающие фактическому материалу

Типовые задания для домашней контрольной работы
для проведения текущего контроля успеваемости
по дисциплине «Маркетинговые исследования в АПК»

1. Наблюдение как метод сбора маркетинговой информации (на конкретном примере).
2. Эксперимент как метод сбора маркетинговой информации (на конкретном примере).
3. Качественные методы опроса (на конкретном примере).
4. Количественные методы опроса (на конкретном примере).
5. Кабинетные исследования как метод сбора информации (на конкретном примере).
6. Исследование конъюнктуры рынка АПК (на конкретном примере).
7. Маркетинговые исследования потребительского спроса (на конкретном примере).
8. Исследование емкости и конкурентной среды потребительского рынка (на конкретном примере).
9. Сегментация потребительского рынка (на конкретном примере).
10. Исследование процесса принятия решения о покупке (на конкретном примере).
11. Исследование отношения индивидуальных потребителей к предприятию/бренду (на конкретном примере).
12. Экспертные методы получения маркетинговой информации (на конкретном примере).
13. Конкурентный анализ рынков АПК (на конкретном примере).
14. Маркетинговые исследования конкурентоспособности товара/услуги (на конкретном примере).
15. Медиаисследования в маркетинге (на конкретном примере).

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Требования к структуре, оформлению домашней контрольной работы, критерии ее оценки, процедура защиты размещены в учебно-методическом пособии.

Процедура оценивания знаний, умений и навыков при проведении текущей аттестации в форме домашней контрольной работы определяется следующими методическими указаниями:

- выполнение контрольной работы проводится в аудиториях, отведенных для

самостоятельной работы обучающихся, либо в домашних условиях, готовая домашняя контрольная работа сдается на проверку преподавателю в сроки, установленные графиком учебного процесса

- выполнение домашней контрольной работы (ДКР) осуществляется в соответствии с вариантом, номер которого определяется по списку обучающихся в группе
- домашняя контрольная работа должна включать в себя следующие элементы:

1) титульный лист;
2) раскрытые вопросы по теме;
3) библиографический список;
4) приложения (при необходимости)

- по результатам проверки контрольной работы преподавателем выставляется отметка согласно установленной шкалы оценивания

Приложение 3

ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Маркетинговые исследования в АПК

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Д122 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 Д124 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
Учебная аудитория для занятий семинарского типа	Д122 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 Д124 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
Помещение для самостоятельной работы	Б202 Рабочее место администратора, компьютерная мебель, компьютер администратора, 11 персональных компьютеров, 3 принтера, видеоувеличитель. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus и свободно распространяемое программное обеспечение С возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации
Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций.	Д122 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 Д124 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
Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации.	Д122 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 Д124 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

Приложение 4

Перечень периодических изданий, рекомендуемых по дисциплине «Маркетинговые исследования в АПК»

Наименование	Наличие доступа
Маркетинг в России и за рубежом [Текст]: журн. / ООО «Финпресс»	Читальный зал библиотеки ФГБОУ ВО Вятский ГАТУ
Российский экономический интернет-журнал [Электронный ресурс]: журн. / ОАО «Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка»	Научная электронная библиотека Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=9066
Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития [Электронный ресурс]: журн. / ООО «Центр развития научного сотрудничества»	Научная электронная библиотека Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=38342
Аграрный научный журнал [Электронный ресурс]: журн. / ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ им. Н.И. Вавилова»	Научная электронная библиотека Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=51487