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 36
самостоятельная работа 36

Виды контроля в семестрах:
зачеты 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Недель	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

Киров 2021

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 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 - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

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 № 6/2020-21 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.О
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
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Производственная практика: Экономика отраслей АПК , Государственная итоговая аттестация

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;
ОПК-2.1	Применяет основные инструменты и методы сбора, обработки и анализа данных для решения поставленных управленческих задач
ОПК-2.2	Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы для осуществления сбора, обработки и анализа данных
ОПК-2.3	Осуществляет обоснованный выбор в соответствии с поставленной управленческой задачей современного инструментария сбора, обработки и анализа данных

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	инструменты и методы сбора, обработки и анализа данных при проведении маркетинговых исследований для решения поставленных управленческих задач
3.2	**Уметь:**
3.2.1	рприменять и обосновывать выбор в соответствии с поставленной управленческой задачей современного инструментария сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований
3.3	**Иметь навыки и (или) опыт деятельности (Владеть):**
3.3.1	навыками применения инструментов и методов сбора, обработки и анализа данных при проведении маркетинговых исследований для решения поставленных управленческих задач

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции (индикаторы)	Литература	Интеракт.	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/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.2	Направления исследования отраслевых рынков и конъюнктуры /Лек/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.3	Постановка задач маркетингового исследования /Лек/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.4	Выбор метода исследования и метода сбора маркетинговой информации /Лек/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	

1.5	Планирование программы исследования /Лек/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.6	Организация сбора данных. Особенности проведения исследования в сети Интернет /Лек/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.7	Постановка задач маркетингового исследования /Пр/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.8	Выбор метода исследования и метода сбора маркетинговой информации /Пр/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.9	Планирование программы исследования /Пр/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.10	Характеристика основных методов сбора маркетинговой информации /Пр/	6	4	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
	Раздел 2. Обработка результатов исследования						
2.1	Выбор стратегии анализа данных и подготовка данных к анализу /Лек/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.2	Основные этапы анализа и интерпретации данных маркетинговых исследований. Информационные технологии для анализа данных марктеингового исследования /Лек/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.3	Подготовка отчета и презентация результатов исследования потребителей и рынков /Лек/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.4	Выбор стратегии анализа данных и подготовка данных к анализу /Пр/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.5	Основные этапы анализа и интерпретации данных маркетинговых исследований /Пр/	6	4	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.6	Подготовка отчета и презентация результатов исследования потребителей и рынков /Пр/	6	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям /Ср/	6	18	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.8	Подготовка к мероприятиям текущего контроля /Ср/	6	6	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.9	Самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	6	4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	

2.10	Подготовка к зачету /Ср/	6	8	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.11	/Зачёт/	6	0	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	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://urait.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://urait.ru/bcode/425844	Юрайт, 2019
Л2.4	под ред. Н. В. Аккaниной	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	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
Л3.2	Маракулина И.В.	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	Киров: Вятский ГАТУ, 2021

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
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://46.183.163.35/MarcWeb2
6.3.2.5	Профессиональная база данных: Центральная база статистических данных (ЦБСД) Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/databases
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, Режим доступа: 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 интерактивных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества: творческие задания; работа в малых группах; 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 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
30 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 **очно-заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
в том числе:
аудиторные занятия 26
самостоятельная работа 46

Виды контроля в семестрах:
зачеты 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Недель	13			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	12	12	12	12
Практические	14	14	14	14
Итого ауд.	26	26	26	26
Контактная работа	26	26	26	26
Сам. работа	46	46	46	46
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 - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

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 № 6р/2020-21 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.О
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
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Производственная практика: Экономика отраслей АПК , Государственная итоговая аттестация

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;
ОПК-2.1	Применяет основные инструменты и методы сбора, обработки и анализа данных для решения поставленных управленческих задач
ОПК-2.2	Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы для осуществления сбора, обработки и анализа данных
ОПК-2.3	Осуществляет обоснованный выбор в соответствии с поставленной управленческой задачей современного инструментария сбора, обработки и анализа данных

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	инструменты и методы сбора, обработки и анализа данных при проведении маркетинговых исследований для решения поставленных управленческих задач
3.2	**Уметь:**
3.2.1	рприменять и обосновывать выбор в соответствии с поставленной управленческой задачей современного инструментария сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований
3.3	**Иметь навыки и (или) опыт деятельности (Владеть):**
3.3.1	навыками применения инструментов и методов сбора, обработки и анализа данных при проведении маркетинговых исследований для решения поставленных управленческих задач

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции (индикаторы)	Литература	Интеракт.	Примечание
	Раздел 1. Основные понятия и этапы маркетинговых исследований						
1.1	Экономическое содержание и основные этапы маркетингового исследования потребителей и рынков в сфере АПК. Направления исследования отраслевых рынков и конъюнктуры /Лек/	7	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.2	Постановка задач маркетингового исследования. Выбор метода исследования и метода сбора маркетинговой информации /Лек/	7	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.3	Планирование программы исследования /Лек/	7	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.4	Организация сбора данных. Особенности проведения исследования в сети Интернет /Лек/	7	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	

1.5	Постановка задач маркетингового исследования. Выбор метода исследования и метода сбора маркетинговой информации /Пр/	7	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.6	Планирование программы исследования /Пр/	7	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.7	Характеристика основных методов сбора маркетинговой информации /Пр/	7	4	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
	Раздел 2. Обработка результатов исследования						
2.1	Выбор стратегии анализа данных и подготовка данных к анализу. Основные этапы анализа и интерпретации данных маркетинговых исследований. Информационные технологии для анализа данных маркетингового исследования /Лек/	7	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.2	Подготовка отчета и презентация результатов исследования потребителей и рынков /Лек/	7	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.3	Выбор стратегии анализа данных и подготовка данных к анализу /Пр/	7	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.4	Основные этапы анализа и интерпретации данных маркетинговых исследований /Пр/	7	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.5	Подготовка отчета и презентация результатов исследования потребителей и рынков /Пр/	7	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям /Ср/	7	18	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.7	Подготовка к мероприятиям текущего контроля /Ср/	7	6	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.8	Самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	7	14	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.9	Подготовка к зачету /Ср/	7	8	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
2.10	/Зачёт/	7	0	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	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://urait.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://urait.ru/bcode/425844	Юрайт, 2019
Л2.4	под ред. Н. В. Аккaниной	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	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
Л3.2	Маракулина И.В.	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	Киров: Вятский ГАТУ, 2021

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
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://46.183.163.35/MarcWeb2

6.3.2.5	Профессиональная база данных: Центральная база статистических данных (ЦБСД) Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/databases
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, Режим доступа: 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 интерактивных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества: творческие задания; работа в малых группах; 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 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 12
самостоятельная работа 56
часов на контроль 4

Виды контроля на курсах:
зачеты 4

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		Итого	
Вид занятий	УП	РП		
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	56	56	56	56
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

Киров 2021

Программу составил(и):

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 - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

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 № 6/2020-21 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.О
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
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Производственная практика: Экономика отраслей АПК , Государственная итоговая аттестация

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;
ОПК-2.1	Применяет основные инструменты и методы сбора, обработки и анализа данных для решения поставленных управленческих задач
ОПК-2.2	Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы для осуществления сбора, обработки и анализа данных
ОПК-2.3	Осуществляет обоснованный выбор в соответствии с поставленной управленческой задачей современного инструментария сбора, обработки и анализа данных

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	инструменты и методы сбора, обработки и анализа данных при проведении маркетинговых исследований для решения поставленных управленческих задач
3.2	**Уметь:**
3.2.1	рприменять и обосновывать выбор в соответствии с поставленной управленческой задачей современного инструментария сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований
3.3	**Иметь навыки и (или) опыт деятельности (Владеть):**
3.3.1	навыками применения инструментов и методов сбора, обработки и анализа данных при проведении маркетинговых исследований для решения поставленных управленческих задач

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции (индикаторы)	Литература	Интеракт.	Примечание
	Раздел 1. Маркетинговые исследования в АПК						
1.1	Экономическое содержание и основные этапы маркетингового исследования потребителей и рынков в сфере АПК. Направления исследования отраслевых рынков и конъюнктуры /Лек/	4	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.2	Постановка задач маркетингового исследования. Выбор метода исследования и метода сбора маркетинговой информации. Планирование программы исследования. Организация сбора данных. Особенности проведения исследования в сети Интернет /Лек/	4	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	0	

1.3	Выбор стратегии анализа данных и подготовка данных к анализу. Основные этапы анализа и интерпретации данных маркетинговых исследований. Информационные технологии для анализа данных маркетингового исследования. Подготовка отчета и презентация результатов исследования потребителей и рынков /Лек/	4	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.4	Характеристика основных методов сбора маркетинговой информации /Пр/	4	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.2Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.5	Постановка задач маркетингового исследования. Планирование программы исследования. Организация сбора данных /Пр/	4	2	ОПК-2.1 ОПК-2.3	Л1.1Л2.2Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.6	Основные этапы анализа и интерпретации данных маркетинговых исследований. Подготовка отчета и презентация результатов исследования потребителей и рынков /Пр/	4	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.2 Л2.3Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.7	Самостоятельное изучение теоретического материала /Ср/	4	22	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям /Ср/	4	6	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.9	Подготовка к мероприятиям текущего контроля /Ср/	4	6	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.10	Написание ДКР /Ср/	4	14	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.11	Подготовка к зачету /Ср/	4	8	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	0	
1.12	Зачет /Зачёт/	4	0	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Л1.1Л2.1 Л2.4 Л2.2 Л2.3Л3.2 Л3.1 Э1 Э2	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://urait.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	Д. В. Тюрин	Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров Режим доступа: https://urait.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	Маракулина И.В.	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	Киров: Вятский ГАТУ, 2021
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		
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://46.183.163.35/MarcWeb2		
6.3.2.5	Профессиональная база данных: Центральная база статистических данных (ЦБСД) Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/databases		
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, Режим доступа: 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 интерактивных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества: творческие задания; работа в малых группах; 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 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 – сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности, 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:

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970);
- 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

- способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем (ОПК- 2).

Код формируемой компетенции	**Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы**		
	Начальный этап	**Основной этап**	**Заключительный этап**
ОПК-2	• Статистика • Учет и анализ • Математика • Экономическая информатика • Информационные технологии в менеджменте • Учебная практика: ознакомительная практика	• Анализ производственных систем • Маркетинговые исследования в АПК • Учебная практика: научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	• Подготовка к государственной итоговой аттестации

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**
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ОПК-2.1	Применяет основные инструменты и методы сбора, обработки и анализа данных для решения поставленных управленческих задач	Раздел 4 рабочей программы дисциплины	Тестовые вопросы к зачету по дисциплине
	ОПК-2.2	Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы для осуществления сбора, обработки и анализа данных		
	ОПК-2.3	Осуществляет обоснованный выбор в соответствии с поставленной управленческой задачей современного инструментария сбора, обработки и анализа данных		

Для оценки сформированности соответствующих компетенций по дисциплине «Маркетинговые исследования в АПК» 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 сформированности компетенций в процессе освоения образовательной программы

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

1 Для сбора данных и подготовки аналитического отчета планируется опросить 240 человек за 8 дней. Норма опроса на одного интервьюера 10 человек в день. Чему равно требуемое количество интервьюеров для проведения сбора данных? (ОПК-2):

а) 30;
б) 19;
в) 24;
г) 3.

2 Как называются исследования, которые предназначены для количественной характеристики фактически сложившейся ситуации? (ОПК-2)

a) разведочные
b) описательные
c) исследования причинно-следственных связей

3 Сотрудник отдела маркетинга нашел необходимую информацию об объемах потребления картофеля в базе данных на сайте государственных органов статистики и составил отчет о динамике потребления. К какому типу относится такое исследование? (ОПК-2)

a) кабинетное исследование
b) полевое исследование

4 Укажите название рынка сбыта продукции сельского хозяйства, потребляемой в свежем виде: (ОПК-2)

a) рынок сельскохозяйственной продукции
b) рынок сельскохозяйственного сырья
c) продовольственный рынок

5 Укажите верную последовательность этапов проведения маркетингового исследования: (ОПК-2)

a) реализация плана исследования; определение потребности в исследовании; представление полученных результатов; разработка плана исследования
b) разработка плана исследования; определение потребности в исследовании; представление полученных результатов; реализация плана исследования
c) определение потребности в исследовании; реализация плана исследования; разработка плана исследования; представление полученных результатов
d) определение потребности в исследовании; разработка плана исследования; реализация плана исследования; представление полученных результатов

6 На каком этапе процесса маркетингового исследования осуществляется выбор метода исследования, расчет объема выборки, разработка форм для сбора данных? (ОПК-2)

a) постановки проблемы;
b) выполнения исследования;
c) представления результатов исследования;
d) разработки плана исследования.

7 Для установления объема потребления продуктов здорового питания было проведено выяснение субъективных мнений, предпочтений потребителей по телефону. Какой метод сбора информации использован в исследовании? (ОПК-2)

a) наблюдение
b) фокус-группа
c) эксперимент
d) опрос

8 При исследовании получены данные о количестве приобретенного товара за период по выборке покупателей: 68, 45, 72, 50, 56, 50, 45, 45, 50, 56, 45, 68, 45, 68, 45, 72, 45. Чему равен размах вариации? (ОПК-2)

a) 27
b) 23
c) 54
d) нет верного ответа

9 Для подготовки презентации по результатам исследования следует использовать: (ОПК-2)

a) Microsoft Word;
b) Microsoft Power Point;
c) Microsoft Excel.

10 К технико-экономическим преимуществам проведения Интернет-исследований относится: (ОПК-2)

a) большой объем выборки
b) достижимость респондентов
c) высокий уровень доверия
d) контроль за заполнением анкеты

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

1. Понятие информации и принципы ее использования.
2. Маркетинговая информационная система и ее элементы.
3. Экономическое содержание понятия «маркетинговые исследования». Классификация маркетинговых исследований.
4. Понятие исследования рынка. Основные направления исследования рынка.
5. Исследование емкости и конъюнктуры рынка
6. Классификация рынков в сфере АПК, тенденции развития и направления маркетингового исследования.
7. Основные этапы проведения маркетинговых исследований.
8. Идентификация проблемы исследования. Основные цели маркетинговых исследований. Формирование рабочей гипотезы.
9. Определение типа требуемой информации и источников ее получения. Основные методы сбора маркетинговой информации.
10. Выбор метода исследования и метода сбора маркетинговой информации.
11. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований.
12. Метод фокус-группы. Этапы сбора информации методом фокус-групп.
13. Методы опроса. Выбор конкретных методов опроса.
14. Панельный метод исследований.
15. Типы экспериментов. Проектирование экспериментов.
16. Экспертные оценки. Общая характеристика и этапы проведения экспертных опросов.
17. Композиция анкеты. Подготовка и апробация анкеты для проведения исследований.
18. Основные виды вопросов в маркетинговых исследованиях.
19. Планирование выборки для проведения исследований.
20. Организация и проведение сбора данных.
21. Особенности проведения исследования в сети Интернет.
22. Организация работы персонала при проведении маркетинговых исследований.
23. Этика маркетингового исследования.

24. Общие требования к обработке персональных данных при проведении маркетинговых исследований.
25. Этапы подготовки данных к анализу.
26. Преимущества формирования базы данных исследования с применением интернет-технологий.
27. Базовый анализ данных маркетингового исследования и статистические показатели базового анализа.
28. Информационные технологии для анализа данных маркетингового исследования.
29. Подготовка заключительного отчета о проведенном исследовании.
30. 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 сформированности индикаторов достижения компетенций 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 сформированности индикаторов достижения компетенций при проведении зачета проводится путем письменного или компьютерного тестирования обучающихся:

- обучающемуся выдается вариант письменного или компьютерного теста;
- обучающийся отвечает на вопросы теста, в котором представлены все изучаемые темы дисциплины;
- по результатам тестирования выставляется оценка, согласно установленной шкалы 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
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 - сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины.

2. Перечень компетенций, формируемых при изучении дисциплины

Общепрофессиональные компетенции:

- способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем (ОПК- 2).

3. Банк оценочных средств

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

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции		Критерии оценивания	Наименование контролируемых разделов и тем	Наименование оценочного средства текущей аттестации
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем (ОПК- 2).	ОПК-2.1	Применяет основные инструменты и методы сбора, обработки и анализа данных для решения поставленных управленческих задач	- Полнота знаний контролируемого материала - Логичность, обоснованность, четкость ответа на вопросы	Раздел 4 рабочей программы дисциплины.	Тестовые задания
	ОПК-2.2	Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы для осуществления сбора, обработки и анализа данных			
	ОПК-2.3	Осуществляет обоснованный выбор в соответствии с поставленной управленческой задачей современного инструментария сбора, обработки и анализа данных			
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем (ОПК- 2).	ОПК-2.1	Применяет основные инструменты и методы сбора, обработки и анализа данных для решения поставленных управленческих задач	- Полнота знаний контролируемого материала - Логичность, обоснованность, четкость ответа на вопросы	Раздел 4 рабочей программы дисциплины.	Домашняя контрольная работа
	ОПК-2.2	Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы для осуществления сбора, обработки и анализа данных			
	ОПК-2.3	Осуществляет обоснованный выбор в соответствии с поставленной управленческой задачей современного инструментария сбора, обработки и анализа данных			

Тестовые задания

для проведения текущего контроля знаний по дисциплине «Маркетинговые исследования в АПК»

Текущий контроль в форме тестовых заданий предназначен для определения уровня оценки сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности в процессе изучения дисциплины обучающимися очной, очно-заочной формы обучения.

Результаты текущего контроля оцениваются посредством 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
Зачтено	Достаточный уровень знаний практического контролируемого материала. Продемонстрированы знания основной части учебного материала. Выполнение 50 и более % типовых заданий

Типовые тестовые задания

1. Какой тип визуализации данных рекомендуется использовать, чтобы показать историю какого-либо вопроса, осветить важнейшие даты?
а) временная шкала
б) карта
в) сравнительная инфографика
г) иерархическая инфографика
2. 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
3. Как называют человека, который участвует в исследовании и отвечает на вопросы анкеты?
а) модератор
б) респондент
в) ассистент
г) интервьюер
4. Сотрудник отдела маркетинга опросил 1000 жителей города об объемах потребления картофеля и составил отчет. К какому типу относится такое исследование?
а) полевое исследование
б) кабинетное исследование
5. Наблюдение за объектом, который не знает, что за ним наблюдают, называется:
а) прямое наблюдение
б) непрямое наблюдение
в) открытое наблюдение
г) скрытое наблюдение
6. Какой вопрос в анкете называют открытым?
а) вопрос, на который люди не хотят отвечать
б) вопрос с вариантами ответов, из которых отвечающий делает выбор
в) вопрос без предложенных вариантов ответов, на который нужно написать ответ своими словами
7. Исследование, при котором опытным путем должно быть установлено, как изменение одной или нескольких независимых переменных влияет на зависимую переменную – это:
а) наблюдение;
б) эксперимент;
в) анкетирование;
г) фокус-группа.
8. Рациональная норма потребления сахара 24 кг на человека в год. Численность населения Кировской области 1272,1 тыс. человек. Чему равна годовая емкость рынка сахара в Кировской области?
а) 53 тыс. тонн;
б) 30530,4 кг;
в) 30,53 тыс. тонн;
г) 53004 кг;
д) нет верного ответа.
9. К направлениям анализа конъюнктуры не относится:
а) анализ внешнеторгового оборота;
б) анализ производства;
в) анализ цен;
г) анализ ассортимента продукции предприятия.
10. При исследовании получены данные о количестве приобретенного товара за период по выборке покупателей: 68, 45, 72, 50, 56, 50, 45, 45, 50, 56, 45, 68, 45, 68, 45, 72, 45. Чему равна мода?
а) 56
б) 27
в) 45
г) нет верного ответа

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 теста на практических занятиях. Тестирование проводится после изучения соответствующей темы дисциплины.

При подготовке к тестированию обучающимся рекомендуется использовать материал по дисциплине. Обучающемуся выдается вариант письменного или компьютерного теста (система Moodle). Оценка проводится посредством интегральной (целостной) двухуровневой шкалы.

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:

Шкала оценивания:

Шкала оценивания	Показатели оценивания
Зачтено	Обучающийся овладел элементами дескрипторов компетенций в рамках определенного уровня: - выполнено задание, содержание соответствует теме работы, тема раскрыта - 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, содержание работы не соответствует теме. Не представлен на проверку отчет по выполнению ДКР

Типовые задания для домашней контрольной работы
для проведения текущего контроля знаний

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

Процедура оценивания 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, номера заданий распределяются преподавателем, ведущим дисциплину.

В процессе выполнения ДКР оформляется отчет, включающий следующие разделы:

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

Задание включает теоретическую и практическую часть. Ответ на теоретический вопрос должен быть кратким, отражать понимание обучающимся учебного материала. В практической части необходимо привести пример исследования по предложенной теме. При рассмотрении вопроса следует использовать не менее 5 источников информации из различных учебников, экономических журналов за последние годы; отразить основные теоретические и практические положения по вопросу исследования; в конце контрольной работы оформить список использованной литературы.

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
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, KasperskyAntivirusи 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 промежуточ-	Д122 Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, мультимедийное оборудование с экраном, 23 персональных компьютера, 2 принтера.

ной аттестации.	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. / [гл. ред. Е. П. Голубков]	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
Закономерности развития региональных агропродовольственных систем [Электронный ресурс]: журн. / Институт аграрных проблем РАН	Научная электронная библиотека Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=55578