

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.Б.05 Управление и маркетинг в АПК**

**Направление подготовки 35.03.07** Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции

**Профиль подготовки** Технология производства и переработки продукции животноводства

**Квалификация выпускника** бакалавр

**Форма обучения** очная

## 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Управление и маркетинг в АПК» является:

- формирование теоретических и практических основ по управлению трудовыми коллективами и небольшими организациями, действующими на сельских территориях;
- формирование знаний и понимания функционирования маркетинга в рыночных условиях, умений творчески применять полученные знания в сфере будущей профессиональной деятельности.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление и маркетинг в АПК» относится к базовой части. Требования к предшествующим знаниям представлены в таблице 2.1. Перечень дисциплин, для которых дисциплина «Управление и маркетинг в АПК» является основополагающей, представлен в табл. 2.2.

**Таблица 2.1. Требования к пререквизитам дисциплины**

Компетенция	Дисциплина
ОК-6	История

**Таблица 2.2 – Требования к постреквизитам дисциплины**

Компетенция	Дисциплина
ОК-6	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты (работа бакалавра)

## 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

**Таблица 3.1 – Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине и планируемых результатов освоения образовательной программы**

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ОК-6: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	1 этап: законодательные и нормативно-правовые акты, регламентирующие производственно-хозяйственную деятельность предприятия, механизмы управления организациями АПК; основные принципы этики деловых отношений; принципы построения организационных структур	1 этап: самостоятельно анализировать экономическую и научную литературу; проводить укрупненные расчеты затрат на производство и реализацию продукции; 2 этап: применять	1 этап: методами управления технологическими процессами при производстве продукции животноводства, отвечающими требованиям стандартов и рынка; 2 этап: методами

	и распределения функций управления; 2 этап: основные принципы, функции менеджмента; формы участия персонала в управлении; роль маркетинга в управлении фирмой, принципы, задачи и функции маркетинга, направления проведения маркетинговых исследований, основные составляющие комплекса маркетинга;	экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории;	проведения маркетинговых исследований.
--	--	---	--

#### 4. Объем дисциплины

Объем дисциплины «Управление и маркетинг в АПК» составляет 3 зачетных единицы (108 часов), распределение объема дисциплины на контактную работу обучающихся с преподавателем (КР) и на самостоятельную работу обучающихся (СР) по видам учебных занятий и по периодам обучения представлено в таблице 4.1.

**Таблица 4.1.- Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий и по периодам обучения, академические часы**

№ п/п	Вид учебных занятий	Итого КР	Итого СР	Семестр № 6	
				КР	СР
1	2	3	4	5	6
1	Лекции (Л)	22	-	22	-
1.1	Лекции (Л) в том числе в интерактивной форме	4		4	
2	Лабораторные работы (ЛР)	4	-	4	-
3	Практические занятия (ПЗ)	16	-	16	-
4	Семинары (С)	-	-	-	-
5	Курсовое проектирование (КП)	-	-	-	-
6	Рефераты (Р)	-	-	-	-
7	Эссе (Э)	-	-	-	-
8	Индивидуальные домашние задания (ИДЗ)	-	-	-	-
9	Самостоятельное изучение вопросов (СИБ)	-	32	-	32
10	Подготовка к занятиям (ПкЗ)	-	32	-	32
11	Промежуточная аттестация	2	-	2	-
12	Наименование вида промежуточной аттестации	х	х	зачет	
13	Всего	44	64	44	64

#### 5. Структура и содержание дисциплины

Структура дисциплины представлена в таблице 5.1.

**Таблица 5.1. Структура дисциплины**

№ п/п	Наименования разделов и тем	Семестр	Объем работы по видам учебных занятий, академические часы										Коды формируемых компетенций
			лекции	лабораторная работа	практические занятия	семинары	курсовое проектирование	рефераты (эссе)	индивидуальные домашние задания	самостоятельное изучение вопросов	подготовка к занятиям	промежуточная аттестация	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.	<b>Раздел 1 Сущность и основы менеджмента</b>	6	10	4	4	x	x	x	x	10	10	x	ОК-6
1.1.	Тема 1 Организация и сущность управления её деятельностью	6	2	x	2	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
1.2.	Тема 2 Функции и методы управления	6	2	x	2	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
1.3	Тема 3 Планирование и организация деятельности трудовых коллективов	6	2	2	x	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
1.4	Тема 4 Мотивация труда и контроль	6	2	2	x	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
1.5	Тема 5 Стратегия управления сельскохозяйственным производством	6	2	x	x	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
2.	<b>Раздел 2 Теоретические основы маркетинга и маркетинговые исследования</b>	6	4	x	4	x	x	x	x	8	8	x	ОК-6
2.1.	Тема 6 Общие основы маркетинга	6	2	x	2	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
2.2.	Тема 7 Особенности маркетинга в АПК	6	x	x	2	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
2.3	Тема 8 Сущность, значение и классификация маркетинговых исследований	6	2	x	x	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
2.4	Тема 9 Маркетинговая информация. Классификация методов получения	6	x	x	x	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6

№ п/п	Наименования разделов и тем	Семестр	Объем работы по видам учебных занятий, академические часы										Коды формируемых компетенций
			лекции	лабораторная работа	практические занятия	семинары	курсовое проектирование	рефераты (эссе)	индивидуальные домашние задания	самостоятельное изучение вопросов	подготовка к занятиям	промежуточная аттестация	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	маркетинговой информации.												
3	<b>Раздел 3 Маркетинговые стратегии и комплекс инструментального маркетинга</b>	6	6	x	4	x	x	x	x	8	8	x	ОК-6
3.1	Тема 10 Сущность, значение и способы сегментирования рынка товаров и услуг	6	2	x	2	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
3.2	Тема 11 Сущность и значение позиционирования товара	6	2	x	2	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
3.3	Тема 12 Товарная политика	6	2	x	x	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
3.4	Тема 13 Ценовая стратегия	6	x	x	x	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
4	<b>Раздел 4 Система управления маркетингом на предприятиях АПК</b>	6	2	x	4	x	x	x	x	6	6	x	ОК-6
4.1	Тема 14 Система товародвижения	6	x	x	2	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
4.2	Тема 15 Комплекс маркетинговых коммуникаций	6	x	x	2	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
4.3	Тема 16 Основы управления маркетингом на предприятиях АПК. Механизм управления маркетингом.	6	2	x	x	x	x	x	x	2	2	x	ОК-6
5.	<b>Контактная работа</b>	6	22	4	16	x	x	x	x	x	x	x	x
6.	<b>Самостоятельная работа</b>	6	x	x	x	x	x	x	x	32	32	x	x
7.	<b>Объем дисциплины в семестре</b>	6	22	4	16	x	x	x	x	32	32	x	x
8.	<b>Всего по дисциплине</b>	x	<b>22</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>x</b>	<b>×</b>

## 5.2. Содержание дисциплины

### 5.2.1 – Темы лекций

№ п.п.	Наименование темы лекции	Объем, академические часы
Л-1	Организация и сущность управления её деятельностью	2
Л-2	Функции и методы управления	2
Л-3	Планирование и организация деятельности трудовых коллективов	2
Л-4	Мотивация труда и контроль	2
Л-5	Стратегия управления сельскохозяйственным производством	2
Л-6	Общие основы маркетинга	2
Л-7	Сущность, значение и классификация маркетинговых исследований	2
Л-8	Сущность, значение и способы сегментирования рынка товаров и услуг	2
Л-9	Сущность и значение позиционирования товара	2
Л-10	Товарная политика	2
Л-11	Основы управления маркетингом на предприятиях АПК. Механизм управления маркетингом.	2
Итого по дисциплине		22

### 5.2.1.2 – Темы лабораторных работ

№ п.п.	Наименование темы лабораторной работы	Объем, академические часы
ЛР-1	Планирование и организация деятельности трудовых коллективов	2
ЛР-2	Мотивация труда и контроль	2
Итого по дисциплине		4

### 5.2.2 – Темы практических занятий

№ п.п.	Наименование темы лабораторной работы	Объем, академические часы
ПЗ-1	Организация и сущность управления её деятельностью	2
ПЗ-2	Функции и методы управления	2
ПЗ-3	Планирование и организация деятельности трудовых коллективов	2
ПЗ-4	Мотивация труда и контроль	2
ПЗ-5	Стратегия управления сельскохозяйственным производством	2
ПЗ-6	Общие основы маркетинга	2
ПЗ-7	Особенности маркетинга в АПК	2
ПЗ-8	Маркетинговая информация. Классификация методов получения маркетинговой информации.	2
Итого по дисциплине		16

### 5.2.3 – Вопросы для самостоятельного изучения

№ п.п.	Наименования темы	Наименование вопроса	Объем, академически е часы
1.	Организация и сущность управления деятельностью её	1. Среда косвенного воздействия. 2. Среда прямого воздействия. 3. Цели организации. 4. Теория управления в России.	2
2.	Функции и методы управления	1. Экономические методы управления. 2. Организационно-распорядительные методы управления. 3. Социально-психологические методы управления. 4. Имидж руководителя	2
3.	Планирование и организация деятельности трудовых коллективов	1. Содержание и задачи внутрифирменного планирования. 2. Принципы планирования. 3. Субъективные и объективные факторы, препятствующие планированию. 4. Принципы построения структуры управления.	2
4.	Мотивация труда и контроль	1. Кадровый менеджмент. 2. Система управления кадрами. 3. Адаптация кадров. 4. Судьба «неперспективных» сотрудников	2
5.	Стратегия управления сельскохозяйственным производством	1. Выработка стратегии развития предприятия. 2. Сельское хозяйство как объект управления. 3. Системы органов управления АПК. 4. Менеджмент в фермерском хозяйстве.	2
6.	Общие основы маркетинга	1. История развития науки о маркетинге. 2. Эволюция маркетинга и его современная концепция. 3. Классификация маркетинга по областям применения.	2
7.	Особенности маркетинга в АПК	1. Агропромышленный комплекс – одна из основных сфер применения маркетинга.	2
8.	Сущность, значение и классификация маркетинговых исследований	1. Правила и процедуры маркетинговых исследований. 2. Исследования конкурентов.	2

9.	Маркетинговая информация. Классификация методов получения маркетинговой информации.	1. Источники информации в маркетинге и методы ее получения. 2. Обработка первичных маркетинговых данных.	2
10.	Сущность, значение и способы сегментирования рынка товаров и услуг.	1. Выбор целевых сегментов рынка и стратегии маркетинга. 2. Рыночная ниша.	2
11.	Сущность и значение позиционирования товара.	1. Товародвижение. 2. Коммерческие формы реализации товаров.	2
12.	Товарная политика	1. Рыночная атрибутика товара. 2. Формирование товарной политики организации.	2
13.	Ценовая стратегия	1. Тактика ценообразования.	2
14.	Система товародвижения	1. Участники каналов распределения и их роль в в сбыте продукции. 2. Коммерческие формы реализации товаров.	2
15.	Комплекс маркетинговых коммуникаций	1. Роль и место системы маркетинговых коммуникаций в комплексе маркетинга.	2
16.	Основы управления маркетингом на предприятиях АПК. Механизм управления маркетингом.	1. Система стимулирования продаж. 2. Стратегическое планирование маркетинга. 3. Тактическое планирование маркетинга.	2
Итого по дисциплине			32

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Основная литература, необходимая для освоения дисциплины**

1. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 305 с. — (Серия: Бакалавр. Прикладной курс).— ЭБС «Юрайт».
2. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 300 с.— ЭБС «IPRbooks».

### **6.2. Дополнительная литература, необходимая для освоения дисциплины**

1. Маркетинг в профессиональной сфере [Электронный ресурс]: сборник практических заданий и кейсов / — Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2017.— 40 с.— ЭБС «IPRbooks».
2. Четвертаков И.М. Экономика, организация и основы маркетинга АПК [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Четвертаков И.М.— Электрон. текстовые данные.— Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2017.— 94 сЭБС «IPRbooks».



### **6.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины и другие материалы к занятиям**

Электронное учебное пособие включающее:

- конспект лекций;
- методические указания по выполнению практических (семинарских) работ.
- методические материалы по выполнению лабораторных работ;

### **6.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Электронное учебное пособие включающее:

- методические рекомендации для студентов по самостоятельному изучению вопросов;
- методические рекомендации по подготовке к занятиям;

### **6.5. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

1. OpenOffice
2. MSExcel
3. JoliTest

### **6.6 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. ЭБС "Юрайт": <https://biblio-online.ru/>
2. ЭБС "ibooks.ru": [www.ibooks.ru/](http://www.ibooks.ru/)
3. eLIBRARY.RU: [www.elibrary.ru/](http://www.elibrary.ru/)
4. Википедия: <https://ru.wikipedia.org/>

### **7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Занятия лекционного типа проводятся в аудитории, оборудованной мультимедиапроектором, компьютером, учебной доской.

**Таблица 7.1 – Материально-техническое обеспечение лабораторных работ**

Номер ЛР	Тема лабораторной работы	Название специализированной лаборатории	Название спецоборудования	Название технических и электронных средств обучения и контроля знаний
1	2	3	4	5
ЛР-1	Планирование и организация деятельности трудовых коллективов	Компьютерный класс	Системный блок, монитор, клавиатура, мышь	MS Excel, JoliTest
ЛР-2	Мотивация труда и контроль			Презентация в OpenOffice

Занятия лекционного типа проводятся в учебной аудитории для проведения занятий лекционного типа с набором демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации, укомплектованной специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Занятия семинарского типа проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий семинарского типа, укомплектованных специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Консультации по дисциплине проводятся в учебных аудиториях для групповых и индивидуальных консультаций, укомплектованных специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Текущий контроль и промежуточная аттестация проводится в учебных аудиториях для текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованных специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа студентов проводится в помещениях для самостоятельной работы, укомплектованном специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Учебное оборудование хранится и обслуживается в помещениях для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине представлены в Приложении 6.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 35.03.07  
Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции.

Разработал(и): \_\_\_\_\_

*А.А. Майоров*