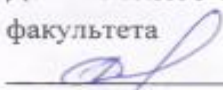


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Плешаков Владимир Александрович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 21.03.2025 14:21:54
Уникальный программный ключ:
cf3461e360a6506473208a5cc93ea97a503bcf72

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный аграрный университет»

СОГЛАСОВАНО

Декан биолого-технологического
факультета

 А.И. Афанасьева
«21» марта 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 С.И. Завалишин
«21» марта 2024 г.

Кафедра управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«МАРКЕТИНГ В ПИЩЕВОЙ ОТРАСЛИ»

Направление подготовки

19.03.03 Продукты питания животного происхождения

Направленность (профиль)

Технология продуктов питания животного происхождения

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Программа подготовки - бакалавриат

Форма обучения – очная, заочная

Барнаул 2024

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг в пищевой отрасли» составлена на основе требования федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования № 936 от 11.08.2020 по направлению подготовки 19.03.03 «Продукты питания животного происхождения»

Рассмотрена на заседании кафедры, протокол № 5 от 30.01. 2024 г.

Зав. кафедрой управления
к.э.н., доцент



М.Г. Хорунжин

Одобрена на заседании методической комиссии биолого-технологического факультета, протокол № 7 от «27» февраля 2024 г.

Председатель методической комиссии
к.б.н., доцент



Л.А. Бондырева

Составитель:

Д.э.н., профессор



И.В.Ковалева

Оглавление

1.Цель	и	задачи	освоения	дисциплины	4
2.Место	дисциплины	в	структуре	ОПОП	ВО
3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....					4
4.Требования к результатам освоения содержания дисциплины					4
5.Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий					5
6.Тематический	план	изучения		дисциплины	6
7.Образовательные				технологии	8
8.Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....					9
9.Ресурсное				обеспечение	9
9.1. Перечень изданий основной и дополнительной учебной литературы					9
9.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы					9
9.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем ..					9
9.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет					10
9.5. Описание материально-технической базы					10
10.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины					10
Приложения					

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – сформировать у студентов совокупность теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области маркетинга в процессе управления деятельностью организации, изучение основного инструментария комплекса маркетинговых коммуникаций, получение и анализ маркетинговой информации, а также осуществлять практическую проверку результатов и рекомендаций в управлении предприятием.

Задачи дисциплины:

- 1.Получить систему знаний о содержании маркетинга как информационной базы обоснования управленческих решений;
- 2.Освоить методику современной коммуникационной политики и интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- 3.Приобрести практические навыки умения применения стратегией маркетинга в организации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина дисциплины «Маркетинг в пищевой отрасли» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 учебного плана.

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

Перечень дисциплин к предшествующим знаниям изучаемой дисциплины: Теория планирования и прогнозирования, статистика.

Перечень последующих изучаемых дисциплин, организация сельскохозяйственного производства, инновационный менеджмент.

4. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Таблица 1 – Сведения о компетенциях, индикаторах и результатах обучения (дескрипторах), формируемых данной дисциплиной

Код и наименование компетенций (К), формируемых полностью или частично данной дисциплиной	Код и наименование индикатора достижения (ИД) компетенции	Перечень результатов обучения (дескрипторов-Д), формируемых дисциплиной
ПК-2 Способен к проведению технологического процесса в рамках принятой в организации технологии производства	ИД-1 _{ПК-2} Демонстрирует знания технологического процесса в рамках принятой в	Знает общую технологию производства пищевой продукции, систему, принципы, специфику маркетингового анализа в управлении технологическими процессами и качеством продукции.

продуктов питания животного происхождения и биотехнологической продукции	организации технологии производства продуктов питания животного происхождения и биотехнологической продукции	
--	--	--

5. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

Для освоения программы предусматриваются следующие виды занятий: лекции, лабораторные занятия, самостоятельная работа. Распределение программного материала по видам занятий и последовательность его изучения определяются рабочим учебным планом (табл. 2)

Таблица 2 – Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий, реализуемой по учебным планам

Вид занятий	Очное			заочное		
	Всего	в т.ч. по семестрам (6)		Всего	в т.ч. по семестрам (4)	
1. Аудиторные занятия, часов, всего	74	6	74	14		14
в том числе						
1.1. Лекции	38		38	6		6
1.2. Лабораторные работы	36		36	8		8
1.3. Практические (семинарские) занятия						
2. Контактная работа	74		74	14		14
3. Самостоятельная работа, часов, всего	34		34	94		94
в том числе						
3.1. Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)						
3.2. Расчетно-графическая работа (РГР)	-	-		-		-
3.3. Контрольная работа	-	-		-		-
3.4 Промежуточная аттестация (зачет)	10		10	17		17
4. Промежуточная аттестация (сдача экзамена)						
Итого часов (стр. 2 + стр. 3 + 4)	108		108	108		108
Форма промежуточной аттестации	З		З	З		З
Общая трудоемкость, зачетных единиц	3		3	3		3

*З – зачет, Э – экзамен, ЗО – зачет с оценкой

6. Тематический план изучения дисциплины

Таблица 3 – Тематический план изучения дисциплины, реализуемой по учебному плану

Наименование темы	Изучаемые вопросы	Объем часов				Форма текущего контроля	Код компетенции
		Лекции	Лабораторные работы	Практические (семинарские) занятия	Самостоятельная работа		
Теория маркетинга и его основные функции	1. Понятие и сущность маркетинга , основные элементы. 2. Основные категории, законы, цели и задачи маркетинга. 3 Комплексное исследование товарного рынка	4/1	4/1		2/10	Т	ПК-2
Формирование товарной политики и рыночной стратегии в пищевой отрасли	1. Сущность товарной стратегии 2. Товарная политика в системе маркетинга 3. Основные рыночные стратегии маркетинга	4/1	4/1		2/10	Т ЛР	ПК-2
Формирование спроса и стимулирование сбыта на рынке продукции и услуг	1. Сущность сбыта и сбытовой политики 2. Каналы реализации продукции 3. Система ФОССТИС 4. Методы стимулирования сбыта продукции	4/1	4/1		2/10	Т .УО	ПК-2

Понятие и роль рекламы, как элемента маркетинговых коммуникаций	1. Понятие и основы рекламной деятельности в современном мире. 2. Цели и задачи рекламной деятельности. 3. Классификация рекламы. 4. Особенности и задачи рекламы на различных фазах жизненного цикла товара. 5. Принципы формирования рекламного бюджета.	4/1	4/1		2/10	Т	ПК-2
Маркетинговые коммуникации	1. Сущность и задачи МК 2. Классификация МК 3. Сущность и задачи PR 4. Классификация методов продвижения товара на рынка 5. Личные продажи, промоушн	8/1	8/2		2/10	УО, ПР	ПК-2
Маркетинговые исследования	1. Сущность МИ, принципы, функции и задачи. 2. Методы МИ	6/1	6/1		2/10	Т	ПК-2
Сегментация рынка Поведение потребителей	1. Сущность, понятие сегментации рынка, виды сегментирования и позиционирования. 2. Поведение потребителей 3. Модель «черный ящик» поведения потребителей	8/-	6/1		2/14	УО	ПК-2
	Подготовка к зачету				10/17	З	ПК-2
	Всего	38/6	36/8		34/94		

* - в числителе очное, знаменателе –очно-заочное

защита лабораторной работы (ЛР); практическая работа (ПР); тестирование (Т); выполнение аудиторной контрольной работы (АКР), устный опрос (УО)

Таблица 4 –Темы лабораторных работ

№	Наименование темы	Количество часов
1	Теория маркетинга и его основные функции	4/1
2	Формирование товарной политики и рыночной стратегии в пищевой отрасли	4/1
3	Формирование спроса и стимулирование сбыта на рынке продукции и услуг	4/1
4	Понятие и роль рекламы, как элемента маркетинговых коммуникаций	4/1
5	Маркетинговые коммуникации	8/2
6	Маркетинговые исследования	6/1
7	Сегментация рынка Поведение потребителей	6/1
всего		36/8

* - в числителе очное, знаменателе –заочное

Таблица 5 –Темы практических работ

№	Наименование темы	Количество часов
	Не предусмотрены учебным планом	

* - в числителе очное, знаменателе - заочное

Таблица 6 - Вид, контроль выполнения и методическое обеспечение СРС

Вид СРС	Количество часов	Контроль выполнения	Методическое обеспечение
Подготовка к практической работе	16/16	Устный опрос	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Подготовка к аудиторным занятиям	56/60	Тестирование, устный опрос	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Подготовка к экзамену	20/27	Устный или письменный опрос	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Итого	34/94		

Обучение студентов с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Положением «Об организации обучения студентов с ограниченными возможностями здоровья в ФГБОУ ВО Алтайский ГАУ».

Образовательные технологии

7. Образовательные технологии

Таблица 7 –Интерактивные формы проведения занятий,используемые на аудиторных занятиях

№	Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные формы проведения занятий	Количество часов
1	ЛР	Работа в малых группах по решению ситуацион-	8/1

		ных задач.	
2	Л	Лекция – беседа – диалог с аудиторией, объяснение с показом иллюстраций. Групповая беседа позволяет расширить круг мнений сторон.	2/1
Итого:			10/2

* - в числителе очное, знаменателе –заочное

8. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине «Маркетинг в пищевой отрасли» приведен в отдельном документе.

9. Ресурсное обеспечение

9.1. Перечень изданий основной и дополнительной учебной литературы

Список имеющихся в библиотеке университета изданий основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине приведен в приложении 2.

9.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

1. [Ковалева, И. В.](#) Маркетинговые исследования : учебное пособие для бакалавров направления подготовки "Менеджмент" очной и заочной форм обучения экономического факультета / И. В. Ковалева, П. В. Водясов, Д. В. Рожкова ; АГАУ. - Барнаул : АГАУ, 2015. - 192 с.

9.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Функционирующая в вузе электронная информационно-образовательная среда, которая обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий.
2. Пакет программ OpenOffice для работы с текстовыми документами, электронными таблицами и для создания презентаций.
3. Электронные версии учебников, пособий, методических разработок, указаний и рекомендаций по всем видам учебной работы, предусмотренной рабочей программой дисциплины, находящиеся в доступе через электронный каталог библиотеки Алтайского ГАУ.
4. ЭБС: ЛАНЬ–e.lanbook.com; ZNANIUM.COM – znanium.com; BOOK.RU–book.ru; РУКОНТ –lib.rucont; научная электронная библиотека –elibrary.ru

Информационные справочные системы:

1. КонсультантПлюс – Законодательство РФ [Электронный ресурс]. – Режим

доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.рус.

2. ГАРАНТ - Законодательство с комментариями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.рус.

9.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

1. Министерство финансов РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://https://minfin.gov.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.рус.:

2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.рус.

3. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nalog.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.рус.

9.5. Описание материально-технической базы

Для проведения занятий лекционного типа, лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации имеются учебные аудитории, а также помещения для выполнения самостоятельной работы, хранения и обслуживания учебного оборудования.

Таблица 8 – Перечень материально-технического обеспечения

№ауд.	Наименование аудиторий, кабинетов, лабораторий и пр.	Перечень оборудования
316, 318 корп.6	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
101, 105, 106, 207, 209, 211,317 корп. 6	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска), набор демонстрационного оборудования
245а гл.к., 245б гл.к., 315 корп.6	Учебная аудитория для самостоятельной работы	Компьютеры в комплекте с выходом в интернет

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине с самого начала учебного курса обучающийся должен ознакомиться с рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами

образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения должен владеть обучающийся.

Систематическое выполнение учебной работы на лекционных занятиях, семинарских (лабораторных), а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

1. Лекционные занятия направлены на формирование теоретических знаний по дисциплине.

В процессе занятий лекционного типа:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- усваивать информацию, преподносимую лектором;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций;

При затруднениях в восприятии материала требует обратиться к литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях практического (семинарского) или (лабораторного) типа.

2. Лабораторные занятия направлены на формирование практических умений, связанных с организацией активного взаимодействия участников образовательного процесса по изучению материала, закрепление практических навыков для решения профессиональных задач.

При подготовке к занятиям необходимо повторить лекционный материал по изучаемой теме, изучить материал, рекомендованный преподавателем по спискам литературы.

Подготовка к лабораторным занятиям преследует две основные цели: первое - повторение изученного материала. Для этого используются конспекты лекций, рекомендованная основная и дополнительная литература; второе - углубление знаний по теме. Лабораторные занятия служат для закрепления теоретических основ, излагаемых в лекциях, получения практических навыков решения профессиональных задач.

Завершающей частью лабораторной работы является оформление форм бухгалтерской финансовой отчетности. Индивидуальные требования изложены в методических пособиях к каждой лабораторной работе.

3. Цель самостоятельной работы студентов – развивать умение выбрать нужную информацию по заданной теме или отдельному вопросу, критически анализировать литературу по предложенным проблемам, систематизировать и оформлять прочитанное в виде кратких ответов и докладов.

В процессе выполнения самостоятельной работы:

- самостоятельно систематизировать и анализировать материал по изучаемой теме;
- изучить литературу, справочные и научные источники, включая зарубежные;
- уточнить основные понятия по изучаемой теме;
- выполнение заданных преподавателем заданий;
- делать на основе анализа соответствующие выводы по рассматриваемому материалу;

- развивать умение четко и ясно излагать свои мысли письменно (реферат) или устно (доклад).

Самостоятельная работа оценивается на лабораторном занятии путем устного опроса, тестирования, проведения аудиторной контрольной работы.

4. При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, задачи, решённые на лабораторных занятиях, рекомендуемую литературу и др.

Аннотация дисциплины

Цель дисциплины – освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков маркетинга в процессе управления деятельностью организации, изучение основного инструментария комплекса маркетинговых коммуникаций, получение и анализ маркетинговой информации.

Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1	ПК-2 Способен к проведению технологического процесса в рамках принятой в организации технологии производства продуктов питания животного происхождения и биотехнологической продукции

Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану

Вид занятий	Очное			Очно-заочное		
	Всего	в т.ч. по семестрам (5)		Всего	в т.ч. по семестрам (8)	
1. Аудиторные занятия, часов, всего	74	6	74	14		14
в том числе						
1.1. Лекции	38		38	6		6
1.2. Лабораторные работы	36		36	8		8
1.3. Практические (семинарские) занятия						
2. Контактная работа	74		74	14		14
3. Самостоятельная работа, часов, всего	34		34	94		94
в том числе						
3.1. Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)						
3.2. Расчетно-графическая работа (РГР)	-	-		-		-
3.3. Контрольная работа	-	-		-		-
3.4 Промежуточная аттестация (зачет)	10		10	17		17
4. Промежуточная аттестация (сдача экзамена)						
Итого часов (стр. 2 + стр. 3 + 4)	108		108	108		108
Форма промежуточной аттестации	з		з	з		з
Общая трудоемкость, зачетных единиц	3		3	3		3

Перечень изучаемых разделов:

Тема 1. Особенности маркетинга в и его основные функции

Тема 2. Маркетинговые исследования

Тема 3. Формирование товарной политики и рыночной стратегии в пищевой отрасли

Тема 4. Формирование спроса и стимулирование сбыта

Список имеющихся в библиотеке университета изданий основной учебной литературы по дисциплине
учебной литературы по дисциплине

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Ковалева, И. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для бакалавров направления подготовки "Менеджмент" очной и заочной форм обучения экономического факультета / И. В. Ковалева, П. В. Водясов, Д. В. Рожкова ; АГАУ. - Барнаул : АГАУ, 2015. - 192 с.	30
2	Ковалева, И. В. Маркетинговые коммуникации : учебно-методическое пособие для бакалавров направления подготовки "Менеджмент" очной и заочной форм обучения экономического факультета / И. В. Ковалева, Д. В. Рожкова ; АГАУ. - Барнаул : Изд-во АГАУ, 2014. - 97 с. - Загл. с титул. экрана. - Имеется печ. аналог. - ~Б. ц. - Текст : электронный.	Сайт Алтайского ГАУ ЭК биб-ки

Список имеющихся в библиотеке университета изданий дополнительной учебной литературы по дисциплине

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Ковалева, И. В. Маркетинг : учебно-методическое пособие / И. В. Ковалева, Е. В. Краснов, Ю. В. Хренова ; АГАУ. - Барнаул : Изд-во АГАУ, 2012. - 110 с.	33
2	Маркетинг : учебное пособие для вузов / ред. Е. В. Закшевская. - М. : КолосС, 2012. - 247 с.	35

Составитель:

д.э.н. профессор

И.В.Ковалева

Список верен

Вед. Биб-ки
Должность работника библиотеки



И.О. Фамилия
И.О. Фамилия

подпись