Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Департамент образования, научно-технологической политики и рыбохозяйственного комплекса
Новочеркасский инженерно-мелиоративный институт им. А.К. Кортунова филиал ФГБОУ ВО Донской ГАУ

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета ФБиСТ

Е.А. Носкова _____

"____" _____2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины	**Б1.О.41 Маркетинг**
Направление(я)	**38.03.01 Экономика**
Направленность (и)	**Экономика предприятий и организаций**
Квалификация	**бакалавр**
Форма обучения	**очная**
Факультет	**Факультет бизнеса и социальных технологий**
Кафедра	**Менеджмент и информатика**
Учебный план	**2021_38.03.01.plx.plx 38.03.01 Экономика направленность "Экономика предприятий и организаций"**
ФГОС ВО (3++) направления	**Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)**
Общая трудоемкость	**144 / 4 ЗЕТ**
Разработчик (и):	**канд. филос. наук, доц., Деева Елена Анатольевна** _____

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры **Менеджмент и информатика**

Заведующий кафедрой **проф., докт.техн.наук Иванов Павел Вадимович** _____

Дата утверждения уч. советом от 27.08.2021 протокол № 11.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

НИМИ

Сертификат: 00E8E984813F213F5A27438629844A9AD9
Владелец: Мельник Татьяна Владимировна
Действителен: с 09.10.2023 до 01.01.2025

Новочеркасск 2021 г.

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	144
в том числе:	
аудиторные занятия	56
самостоятельная работа	52
часов на контроль	36

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	**5 (3.1)**		Итого	
Недель	13 1/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	28	28	28	28
Лабораторные	14	14	14	14
Практические	14	14	14	14
Итого ауд.	56	56	56	56
Контактная работа	56	56	56	56
Сам. работа	52	52	52	52
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

Виды контроля в семестрах:

Экзамен	5	семестр
Курсовая работа	5	семестр

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
2.1	формирование у обучающихся компетенций учебного плана в области маркетинга, способности принимать участие в проведении маркетинговых исследований, определении перспектив развития организации, разработке предложений по улучшению конкурентоспособности предприятия.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О
3.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
3.1.1	Информационные технологии в подготовке персонала АПК
3.1.2	Производственная эксплуатационная практика
3.1.3	Технологии информационного моделирования при проектировании в АПК
3.1.4	Цифровая экономика
3.1.5	Экономика организации
3.1.6	Графические редакторы в землеустроительном проектировании
3.1.7	Программное обеспечение автоматизации сметных расчетов
3.1.8	Геоинформационные системы
3.1.9	Менеджмент
3.1.10	Технологическая (проектно-технологическая) практика
3.1.11	Методы оптимальных решений
3.1.12	Система автоматизированного проектирования в землеустройстве
3.1.13	Дискретная математика
3.1.14	Компьютерная графика
3.1.15	Ознакомительная практика
3.2	**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОПК-1 : Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач
ОПК-1.2 : Умеет анализировать социально-экономические явления и процессы, выявлять их взаимосвязи и особенности развития
УК-10 : Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-10.2 : Осуществляет сбор и анализ информации, необходимой для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Индикаторы	Литература	Интеракт.	Примечание
	Раздел 1. Теоретические и социально-экономические основы маркетинга. Маркетинговые исследования и сегментация рынка.						
1.1	Современный маркетинг: содержание, развитие, концепции, инструменты. Рынок как основа маркетинга. /Лек/	5	4	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э3 Э4 Э7	0	ПК1

1.2	Исходные понятия рынка: спрос, предложение, цена. /Лек/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	ПК1
1.3	Концепции маркетинга. Принципы маркетинга. Виды и функции маркетинга. Служба маркетинга и её задачи. /Лек/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	0	ПК1
1.4	Маркетинговые исследования рынка. Процесс, изучение среды, изучение потребителей. /Лек/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	ПК1
1.5	Сегментация рынка. Понятие, критерии, методы сегментации рынка. Целевой сегмент. Позиционирование товара. /Лек/	5	4	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э6 Э7 Э8	0	ПК2
1.6	Управление маркетингом. Маркетинговые коммуникации, реклама, PR. /Лек/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	ТК1

1.7	Основные концепции маркетинга. Особенности маркетинга европейских и азиатских стран, стран тихоокеанского региона. Доклады. /Пр/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э3 Э4 Э6 Э7 Э8	0	ТК1
1.8	Анализ информации о рынке. Расчет коэффициента корреляции и установление влияния причинных факторов на результативные. /Пр/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	ТК1
1.9	Исследование товарного рынка и применением индексного анализа /Пр/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	ТК2
1.10	Оценка позиционирования товара на выбранном сегменте рынка. Маркетинговое исследование. /Пр/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э3 Э4 Э6 Э7 Э8	0	ТК1
1.11	Выборочный метод сбора информации в маркетинговых исследованиях. /Лаб/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	ТК1

1.12	Графический метод анализа информации о рынке. /Лаб/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э3 Э4 Э5 Э7 Э8	0	ТК1
1.13	Исследование товарного рынка с применением метода индексного анализа. /Лаб/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э3 Э4 Э7 Э8	0	ТК2
1.14	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, работа с электронными библиотеками. /Ср/	5	15	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э2 Э3 Э4 Э6 Э7 Э8	0	ПК1, ПК2, ТК1, ТК2
1.15	Работа с разделами курсовой работы. /Ср/	5	5	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	
	Раздел 2. Комплекс маркетинга и обеспечение конкурентоспособности товара. Маркетинговые стратегии и планирование маркетинга на предприятии.						
2.1	Комплекс маркетинга и характеристика товарной политики. Товар: классификация, разработка, жизненный цикл товара, ассортимент. /Лек/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	ПК2

2.2	Ценообразование в маркетинге: сущность, факторы, виды цен, методы ценообразования. /Лек/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	ПК2
2.3	Конкуренция и конкурентоспособность: понятие, виды, методы. Конкурентоспособность товара и фирмы. Сбытовая политика. /Лек/	5	4	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э6 Э7 Э8	0	ПК2
2.4	Система маркетинговых стратегий. Сущность маркетинговой стратегии, информационное обеспечение стратегии, принятие управленческих решений в маркетинге. /Лек/	5	4	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	ТК2
2.5	Эластичность спроса. Прогнозирование элементов рынка методом экспертных оценок. Расчет степени согласования экспертов. /Пр/	5	4	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э2 Э3 Э4 Э7 Э8	0	ТК3
2.6	Оценка издержек производства. Определение «точки безубыточно-сти» товара. Методы оценки. /Пр/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э3 Э4 Э7 Э8	0	ТК3

2.7	Компьютерная реализация методики корреляционного и дисперсионного анализов, значимость расчетных показателей при оценке факторов, формирующих элементы рынка. /Лаб/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э3 Э4 Э7 Э8	0	ТК2
2.8	Компьютерная реализация методики интерполяции и экстраполяции временных рядов и порядок использования расчетных величин для прогноза развития рынка. /Лаб/	5	4	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э6 Э7 Э8	0	ТК3
2.9	Прогнозирование развития рынка методами эластичного спроса, структурного моделирования и экспертных оценок. /Лаб/	5	2	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	ТК3
2.10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, работа с электронными библиотеками. /Ср/	5	15	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	ПК2, ТК2, ТК3
2.11	Выполнение разделов курсовой работы. /Ср/	5	17	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э6 Э7 Э8	0	
	Раздел 3. Подготовка и сдача экзамена						

3.1	Подготовка и сдача экзамена /Экзамен/	5	36	ОПК-1.2 УК-10.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8	0	ИК

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Контрольные вопросы и задания

1. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Текущий контроль знаний студентов очной формы обучения проводится в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний, включающей в себя проведение текущего (ТК) и промежуточного контроля (ПК) по дисциплине.

В качестве оценочных средств используются:

- для контроля освоения теоретических знаний в течении семестра проводятся 2 промежуточных контроля и Курсовая работа (ПК1, ПК2, ПК3);
- для оценки практических знаний в течение семестра проводятся 3 текущих контроля (ТК1, ТК2, ТК3).

Содержание вышеуказанных оценочных средств приводятся ниже.

Теоретический материал промежуточного контроля ПК1:
1. Рынок. Типы рынков. Сегментация рынка.
2. Товар. Определение товара. Жизненный цикл. Ассортиментная политика.
3. Цена. Конкурентноспособность цены. Задачи ценобразования.
4. Методы ценообразования. Целевая прибыль.
5. Потребители. Иерархия потребностей человека. Группы потребителей. Модель покупательского поведения. Этапы принятия решения при покупке.

Теоретический материал промежуточного контроля ПК2:
1. Конкуренты. Виды конкуренции. Типы конкурентов. Оценка слабых и сильных сторон конкурентов.
2. Каналы сбыта. Методы сбыта. Системы сбыта. Длина и ширина канала сбыта. Системы: традиционная, вертикальные, многоканальные, комбинированные.
3. Управления маркетингом. Организация службы маркетинга. Виды маркетинга. Стратегии маркетинга.
4. Коммуникативный процесс. Управление рекламной компанией.
5. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Прямые продажи.

ПК3─ курсовая работа.

Содержание текущего контроля ТК1:

- участие в семинаре, подготовка реферата;
- решение задач.

отчет по лабораторным работам №1,2
Содержание текущего контроля ТК2:

-решение задач;
- отчет по лабораторным работам №3, №4;

Содержание текущего контроля ТК3:

-решение задач;
- подготовка отчёта по лабораторным работам №5, №6.

2. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Промежуточная аттестация проводится в форме итогового контроля (ИК) по дисциплине:

Семестр :5

Форма: экзамен

Вопросы для проведения экзамена:

1. Достоинства конкуренции как инструмента рыночного равновесия.
2. Сущность и содержание маркетинга.
3. Виды конкурентов по соотношению товар/потребитель
4. Функции маркетинга.
5. Факторы, определяющие поведение отраслевых конкурентов.
6. Принципы маркетинга.
7. Типология потенциальных прямых конкурентов.
8. Маркетинговые исследования, сущность и виды
9. Барьеры входа в отрасль.
10. Организация маркетинговых исследований.
11. Типы конкурентных ситуаций на рынке.
12. Источники маркетинговой информации.
13. Критерии существования работающей конкуренции.
14. Рынок маркетинговой информации.
15. Конкурентоспособность товара, фирмы. Конкурентное преимущество.
16. Маркетинговые информационные системы.
17. Виды конкурентных преимуществ.
18. Количественные и качественные маркетинговые исследования.
19. Позитивные последствия конкуренции.
20. Сегментирование рынка, его сущность и принципы.
21. Типы конкурентных стратегий по классификационным признакам.
22. Критерии и способы сегментирования рынка.
23. Управление маркетингом, задача и уровни управления.
24. Выбор целевого рынка.
25. Стратегический и тактический уровни управления маркетингом.
26. Реклама и её место в системе маркетинга
27. Организация управления маркетингом.
28. Сущность и виды каналов сбыта.
29. Направления управления маркетингом.
30. Товар в маркетинге.
31. Программа маркетинга.
32. Цена товара и её функции.
33. Организация маркетинговой службы на предприятии.
34. Спрос и предложение в маркетинге.
35. Структура и функции службы маркетинга
36. Равновесная цена товара.
37. Виды организационных структур службы мар¬кетинга.
38. Виды рекламы.
39. Стратегическое планирование в маркетинге, его задачи.
40. Виды цен.
41. Ситуационный анализ.
42. Типы рынков и механизм их взаимодействия.
43. Матрица «Бостон консалтинг групп» .
44. Жизненный цикл товара.
45. Матрица возможностей по това¬рам/рынкам.
46. Потребители и их классификация.
47. Общая стратегическая модель М.Портера.
48. Маркировка товаров.
49. Риск в маркетинговой деятельности.
50. Стимулирование продаж.

ПРИМЕЧАНИЕ: Исходные данные для задач хранятся в бумажном виде на кафедре. В билет для проведения экзамена включаются два теоретических вопроса.

6.2. Темы письменных работ

Семестр : 5

Структура курсовой работы по дисциплине "Маркетинг"

Введение

1. Теоретические основы исследуемого вопроса
2. Анализ рыночной ситуации (задачи 3,4,5,6,7,8,9);
3. Прогноз рыночной ситуации (задачи 10,11,12,13,14)

Заключение

Список используемой литературы

Тематика курсовых работ.
1 Управление сбытом на предприятии.
(Место и значение системы сбыта в деятельности предприятия. Пример структуры отдела сбыта, обязанности и права начальника и сотрудников отдела сбыта, функции управления сбытом. Сбытовая политика предприятия, способы стимулирования службы сбыта.)
2 Товар как форма удовлетворения человеческих потребностей.
(Виды товара, товарная марка, коммерческие характеристики. Конкурентоспособность товара.)
3 Организация работы рекламного агентства.
(Специфика стимулирования труда менеджера по рекламе . Рекламная деятельность. Редакционно-издательская деятельность. Организация и проведение шоу, презентаций и праздников. Производство визуальной рекламы по полному циклу.)
4 Маркетинг как механизм управления рыночной деятельностью.
(Понятие маркетинговой деятельности, ее сущность и особенности, история зарождения и развития, значение на современном рынке. Управление маркетингом на промышленном рынке. Особенности организационной структуры службы маркетинга, ее задачи в организации.)
5 Планирование новой продукции предприятия.
(Понятие нового продукта как экономической категории, причины необходимости и основные этапы его разработки. Анализ организации планирования "новой продукции", пути разработки и рекомендаций по его совершенствованию.)
6 Направления совершенствования маркетинговой деятельности предприятия.
(Совершенствование работы службы маркетинга. Повышение качества продукции за счет внедрения нового оборудования. Реклама продукции и брэнда. Состав и уровень образования работников службы маркетинга. Система повышения квалификации работников.)
7 Методы разработки маркетинговых мероприятий.
(Сущность исследуемой организации и ее бухгалтерская отчетность. Маркетинговое исследование рынка, виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Планирование и проведение маркетинговых исследований. Разработка плана маркетинговых мероприятий.)
8 Антикризисная стратегия предприятия или план маркетинга.
(Правила выработки антикризисных мер и антикризисного управления предприятием, направленных на пропорциональную экономию всех составляющих бизнеса. Оперативный сбор маркетинговой информации. План маркетинга, как основа антикризисной стратегии предприятия.)
9 Взаимодействие службы маркетинга с другими подразделениями предприятия.
(Взаимодействие службы маркетинга с отделами главного конструктора (инженера), технолога (технического директора), бюро технической подготовки производства, научно-исследовательским отделом, службой материально-технического снабжения и бухгалтерией.)
10 Анализ сбыта продукции предприятия.
(Сбытовая политика как общий подход предприятия к сбыту товаров, система решений по организации продажи и физического перемещения товаров. Задачи анализа сбыта. Стратегическая цель сбытовой политики, ее общая характеристика. Анализ работы с посредниками.)
11 Маркетинговая политика распределения.
(Сущность и принципы реализации, главные функции и цели политики организации каналов товародвижения. Основные факторы формирования сбытовой сети. Разновидности систем сбыта, их свойства и признаки, преимущества и недостатки. Посредники в оптовой торговле.)
12 Функции маркетинга на предприятии.
(Изучение рынка, прогнозирование состояния рынка, оценка возможностей фирмы, определение целей деятельности фирмы, разработка стратегии и тактики маркетинга, формирование спроса и сбыта, контроль маркетинговой деятельности.)
13 Маркетинг в период финансового оздоровления.
(Значение и цели маркетинговой деятельности в условиях кризисной ситуации, направления снабженческо-сбытовой политики государства. Сущность каналов распределения продукции, их разновидности. Организация и функционирование подразделений снабжения и сбыта.)
14 Особенности маркетинга на промышленных предприятиях.
(Изучение особенностей, предмета и метода промышленного маркетинга в совокупности взаимоотношений между деятелями рынка, возникающих вследствие их деловой активности. Характеристика продаж, сотрудничества, финансов и конкуренции на промышленном рынке.)
15 Требования к реализуемой продукции, влияние спроса на её качество.
(Анализ требований к продукции. Особенности выявления и оформления брака и других потерь, их оперативно-технический учет. Метрологическое обеспечение, его этапы, функции, планирование, а также подготовка кадров и повышение их квалификации в данной сфере.)
16 Логистика как вид маркетинговой деятельности.
(Основы логистики. Понятие, назначение и виды запасов. Виды и формирование запасов. Процесс разработки логистической стратегии. Определение корпоративной логистической миссии. Зависимость объемов поставки от общих транспортных затрат. Альтернативные пути сбыта товара.)
17 Управленческий маркетинг и его эволюция.
(Эволюция маркетинга в XX веке. Результаты практической реализации маркетинга. Функциональная концепция. Теория управленческого маркетинга. Конкуренция рыночной экономики.)
18 Анализ маркетинговой деятельности.
(Содержание маркетинговой деятельности. Маркетинг как специфическая функция управления. Организация службы маркетинга на производстве. Общие положения о службе маркетинга на предприятии. Совершенствование маркетинговой деятельности.)

19 Методы стимулирования сбыта товаров.
(Сбытовая политика фирмы: природа каналов распределения и их функции. Методы стимулирования сбыта. Организационно-экономическая характеристика деятельности фирмы. Пути совершенствования управления сбытом продукции. Рекламная стратегия фирмы.)
20 Эволюционные концепции и этапы развития маркетинга.
(Функция маркетинга как деятельность всех видов предпринимательства по обеспечению сбыта продукции. Эволюция концепции маркетинга. Сущность концепции социально-ориентированного маркетинга. Сервисизация экономики как современная концепция маркетинга.)
21 Маркетинг как основа современного бизнеса.
(Различные взгляды при формулировании определения маркетинг, его сущность, содержание, функции и принципы. Этапы эволюции маркетинга как науки. Сервисизация экономики как современная концепция маркетинга, отличия "сервисной" экономики от индустриальной.)
22 Маркетинг - основа рыночной экономики.
(Маркетинг как концепция управления действиями субъектов рынка в условиях конкуренции, история и основные этапы его становления и развития, современное значение и функции. Правила использования принципов маркетинга в деятельности предприятия на сегодня.)
23 Содержание маркетинговой деятельности предприятия.
(Рынок как объект маркетинга, его сегментирование, критерии и признаки. Сбытовая политика предприятия, основные методы и системы сбыта, функции каналов товародвижения. Расчет коэффициента эластичности спроса по цене, анализ эффективности производства.)
24 Современная философия предпринимательства: логистика и маркетинг в экономической теории.
(Возникновение и развитие логистики в экономике. Основы концепции и общие задачи логистики. Направления использования логистических подходов в России. Маркетинг как рыночная концепция, его определение и сущность на различных этапах исторического развития.)
25 Сущность и задачи маркетинга в условиях России.
(Маркетинг как процесс согласования возможностей компании и запросов потребителей, этапы его развития. Основные принципы маркетинга, определяющие его технологию и управление маркетинговой деятельностью.)
26 Функции и виды организационных структур на промышленном рынке.
(Понятие маркетинговой деятельности, ее сущность и особенности, история зарождения и развития, значение на современном рынке. Управление маркетингом на промышленном рынке. Особенности организационной структуры службы маркетинга, ее задачи в организации.)
27 Организация маркетинга на предприятии.
(Маркетинговые организационные структуры на предприятии. Внутреннее организационное построение службы маркетинга на предприятии. Инвестиционный маркетинг, связанный с освоением новой продукции и новых рынков. Маркетинговое планирование.)
28 Сущность современных концепций маркетинга.
(Стратегическое планирование, управление комплексом маркетинга по функциям и ориентация всей деятельности на удовлетворение нужд потребителей как основные составляющие концепции в сфере услуг. Последовательность реализации концепций маркетинга.)
29 Рынок как объект маркетинговой деятельности.
(Товарный рынок – сфера обмена, где представлены спрос, предложение и цена на товары, идеи, услуги. Проблемы формирования и развития товарных рынков в России. Взаимодействия основных элементов рынка. Достоинства и недостатки рынка.)
30 Маркетинг. Понятие и сущность маркетинга.
Принципы реализации маркетинга. Концепции и виды маркетинга, особенности и характеристика каждого. Адаптация производства и сбыта к изменениям в маркетинге. Стратегическое планирование, тактическое планирование.
31 Исследования экономической эффективности маркетинга.
(Сущность маркетинга и отличие его от традиционной конъюнктурно-сбытовой деятельности. Стратегический контроль: оценка эффективности маркетинга и маркетинговый аудит. Маркетинговая деятельность предприятия в различных рыночных ситуациях.)
32 Стратегический маркетинг в агропромышленном комплексе.
(Основные принципы маркетинга: целенаправленность, планирование и принятие управленческих решений. Регулирование спроса, приспособление производства к требованиям рынка. Функции маркетинга, программа маркетинговой деятельности, управление маркетингом.)
33 Жизненный цикл товара, его основные стадии.
(Основные показатели стадии: загруженность предприятия, применяемые технологии, качество товара, себестоимость, цена, поведение покупателей и конкурентов, ассортиментный ряд, вид рекламной деятельности, прибыль (убыток), маркетинговые действия.)
34 Виды стратегий развития в маркетинге.
(Стратегии интенсивного роста, интеграционного роста, диверсификационного роста и их разновидности. Ценовые стратегии. Сетка развития товара и рынка.)
35 Сбыт как механизм приближения товара к покупателю.
(Методы сбыта. Системы (каналы) сбыта. Длина и ширина канала сбыта. Горизонтальные системы сбыта. Вертикальные системы сбыта. Многоканальные и комбинированные системы сбыта. Выбор торгового посредника и формирование системы сбыта.)
36 Основные типы рынков и механизм их взаимодействия.
(Рынки ресурсов, производителей, потребителей, посредников и государства. Деловой и потребительский рынки и их различия. Емкость рынка, требования к исследованиям рынка.)

37 Цена и её роль в условиях дефицитного и затоваренного рынков.
(Структура цены. Тактика маркетинга при установлении цены на различных типах рынка и при различных задачах ценообразования. Методы ценообразования. Этапы расчета базисного уровня цены.)
38 Бихевиористский маркетинг как механизм изучения покупателей.
(Типы покупателей, иерархия и распределение их потребностей. Модель покупательского поведения. Этапы принятия решения о покупке.)
39 Анализ характера конкуренции и маркетинговых действий конкурентов.
(Виды конкуренции. Типы конкурентов. Определение стратегии конкурентов. Оценка сильных и слабых сторон конкурентов. Классификация конкурентов по ключевым факторам успеха. Доля рынка, доля «ума», доля «сердца».)
40 Организационная структура службы маркетинга по функциям рынка.
(Особенности формирования организационной структуры службы маркетинга с ориентацией по функциям рынка. Основные факторы, влияющие на достижение целей предприятием. Разработка маркетингового плана по стабилизации производства определенного изделия.)
41 Планирование, организация и контроль маркетинга на предприятии.
(Стратегическое планирование как управленческий процесс создания и поддержания стратегического соответствия между целями фирмы, ее потенциальными возможностями и шансами в сфере маркетинга. Анализ возможностей сбыта, доли рынка, маркетинговый контроль.)
42 Организационная структура управления маркетингом.
(Рыночно-ориентированная система управления. Роль и место маркетинга в стратегии фирмы. Дорыночная и рыночная системы управления маркетингом. Современная организационная структура управления маркетингом. Основные требования к службе.)
43 Виды маркетинга и их особенности.
(Понятие маркетинга, история его возникновения и роль в рыночной экономике. Основные принципы, виды и функции маркетинговой деятельности. Основные этапы управления маркетингом.)
44 Сегментирование и позиционирование товара на рынке.
(Общий подход к сегментированию рынка, деление рынка на отдельные группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и услуги. Позиционирование товаров, их оптимальное размещение в рыночном пространстве, статус пользователя.)
45 Теоретические основы маркетинговой деятельности.
(Сущность понятий потребность, спрос, обмен и сделка. Особенности маркетинга в российской экономике. Маркетинговые исследования на предприятии черной металлургии. Характеристика промышленного предприятия.)
46 Процесс маркетинговых исследований. Организационные структуры службы маркетинга.
(Характеристика этапов маркетинговых исследований. Организационные структуры маркетинговый службы: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная, товарно-рыночная. Признаки сегментации и стратегия охвата рынка.)
47 Контроль маркетинговой деятельности.
(Управление по целям, анализ сбыта, анализ соотношения маркетинговых затрат и объёмов продаж, финансовый анализ, маркетинговый оценочный анализ (качественный) и оценка по акционерам.)
48 Основы управления маркетингом.
(Воздействие рекламы на экономику. Воздействие ценовой политики на маркетинговые коммуникации. Внедрение системы маркетинга на предприятии и структурные изменения в его организации и управлении. Решение задачи по интегрированной системе сбыта продукции.)
49 Методы сегментирования рынка.
(Уровни сегментирования рынка. Три первых шага компании в рамках целевого маркетинга. Идентификация и изучение различных групп покупателей, которые заинтересованы в различных товарах или маркетинг-миксе. Выбор одного или нескольких сегментов рынка.)
50 Разработки и управление маркетинговыми коммуникациями.
(Маркетинговый коммуникативный процесс. Разработка и управление рекламной компанией. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Формирование бюджета маркетинговых коммуникаций. Управление комплексом маркетинговых коммуникаций.)

ПРИМЕЧАНИЕ: исходные данные и бланк задания хранятся в бумажном виде на кафедре менеджмента и информатики.

6.3. Фонд оценочных средств

1. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ
Оценка сформированности компетенций у студентов НИМИ ДонГАУ и выставление оценки по отдельной дисциплине ведется следующим образом:
для студентов очной формы обучения итоговая оценка по дисциплине выставляется по 100-балльной системе, а затем переводится в оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».
Высокий уровень освоения компетенций, итоговая оценка по дисциплине «отлично» (90-100 баллов): глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Системно и планомерно работает в течении семестра.
Повышенный уровень освоения компетенций, итоговая оценка по дисциплине «хорошо» (75-89 баллов): твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и

приемами их выполнения. Системно и планомерно работает в течении семестра.
Пороговый уровень освоения компетенций, итоговая оценка по дисциплине «удовлетворительно» (60-74 балла): имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
Пороговый уровень освоения компетенций не сформирован, итоговая оценка по дисциплине «неудовлетворительно» (менее 60 баллов): не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций и выставление баллов по курсовой работе:

Структура формирования оценки

Наименование показателя	Баллы Интервал баллов за показатель
1. КАЧЕСТВО ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТЫ	0-15
1.1 Соответствие содержания работы заданию	0-3
1.2 Грамотность изложения и качество оформления работы. Соответствие нормативным требованиям.	0-5
1.3 Самостоятельность выполнения работы, глубина проработки материала, использование рекомендованной и справочной литературы	0-7
2. ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ	0-5
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА, балл	0-20

Рейтинговый балл по КР и оценка:
- Высокий уровень освоения компетенций, оценка «отлично» (20 – 18 балла для КР): работа выполнена на высоком профессиональном уровне. Полностью соответствует поставленным в задании целям и задачам. Представленный материал в основном верен, допускаются мелкие неточности. Студент свободно отвечает на вопросы, связанные с проектом. Выражена способность к профессиональной адаптации, интерпретации знаний из междисциплинарных областей
- Повышенный уровень освоения компетенций, оценка «хорошо» (17 – 15 балла для КР): работа выполнена на достаточно высоком профессиональном уровне. Допущено до 3 негрубых ошибок, не влияющий на результат. Студент отвечает на вопросы, связанные с проектом, но недостаточно полно.
- Пороговый уровень освоения компетенций, оценка «удовлетворительно» (14 – 12 балла для КР): уровень недостаточно высок. Допущено до 5 ошибок, не существенно влияющих на конечный результат, но ход решения верный. Студент может ответить лишь на некоторые из заданных вопросов, связанных с проектом.
- Пороговый уровень освоения компетенций не сформирован, оценка «неудовлетвориительно» (менее 12 баллов для КР): работа выполнена на низком уровне. Допущены грубые ошибки. Решение принципиально не верно. Ответы на связанные с проектом вопросы обнаруживают непонимание предмета и отсутствие ориентации в материале проекта.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ
Общий порядок проведения процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, соответствие индикаторам достижения сформированности компетенций определен в следующих локальных нормативных актах:
1. Положение о текущей аттестации знаний обучающихся в НИМИ ДГАУ (в действующей редакции).
2. Положение о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования (в действующей редакции).
Документы размещены в свободном доступе на официальном сайте НИМИ ДонГАУhttps://ngma.su/ в разделе: Главная страница/Сведения об образовательной организации/Локальные нормативные акты.

6.4. Перечень видов оценочных средств

1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:

- тесты и билеты для проведения промежуточного контроля (ПК) и текущего контроля (ТК). Хранятся в бумажном виде на кафедре менеджмента и информатики;

- разделы индивидуальных заданий (письменных работ) обучающихся;

- задачи и задания.

2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ:
- комплект билетов для экзамена. Хранится в бумажном виде на кафедре менеджмента и информатики. Подлежит ежегодному обновлению и переутверждению. Число вариантов билетов в комплекте не менее числа студентов на экзамене.

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

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Дурова Е.П., Иванов П.В., Аликин В.А.	Маркетинг: учебное пособие [для студентов очной и заочной форм обучения по направлению 080502.65 - «Экономика и управление (по отраслям)», 080507.65 - «Менеджмент организации и направлений 080100.62 - «Экономика», 080200.62 - «Менеджмент», 44.03.01 - "Педагогическое образование"]	Новочеркасск, 2012
Л1.2	Чернопятов А. М.	Маркетинг: учебник	Москва ; Берлин: Директ-Медиа, 2019
Л1.3	Цахаев Р. К., Муртузалиева Т. В.	Маркетинг: учебник	Москва: Дашков и К°, 2021
Л1.4	Абаев А. Л., Алексунин В. А., Гуриева М. Т., Корчагова Л. А., Малыгин А. В., Абаев А. Л., Алексунин В. А., Гуриева М. Т.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник	Москва: Дашков и К°, 2021
7.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Пелевина А.Б.	Маркетинг с основами логистики: учебное пособие [для слушателей дополнительного образования по направлению "Экономика предприятий и организаций", "Финансы и кредит"]	Новочеркасск: , 2014
Л2.2	авт.-сост. Н. И. Перцовский	Маркетинг: краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов	Москва: Дашков и К, 2016
Л2.3	Коротков А. В.	Маркетинговые исследования: учебное пособие	Москва: Юнити-Дана, 2015
Л2.4	Цахаев Р. К., Муртузалиева Т. В.	Маркетинг: учебник	Москва: Издат.-торг. корпорация «Дашков и К°», 2017
Л2.5	Минько Э. В., Карпова Н. В.	Маркетинг: учебное пособие	Москва: Юнити-Дана, 2015
Л2.6	Романов А. А., Басенко В. П., Жуков Б. М.	Маркетинг: учебное пособие	Москва: Дашков и Ко, 2021
Л2.7	Ким С. А.	Маркетинг: учебник	Москва: Издат.-торг. корпорация «Дашков и К°», 2021
Л2.8	Афонасова М. А.	Маркетинг: учебное пособие	Томск: ТУСУ□, 2015
Л2.9	Дробышева Л. А.	Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие [для вузов и СПО]	Москва: Дашков и К°, 2022
Л2.10	Красюк И. А., Крымов С. М., Иванов Г. Г., Кольган М. В.	Инновационный маркетинг: учебник	Москва: Дашков и К°, 2020
7.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1		Маркетинг: методические указания по выполнению практических занятий [для студентов специальности 080502.65, 080507.65, 050501.65 и направлению 080100.62, 080200.62, 051000.62]	Новочеркасск: , 2013
Л3.2		Маркетинг: методические указания по выполнению лабораторных работ [для студентов специальности 080502.65, 080507.65, 050501.65 и направлению 080100.62, 080200.62, 051000.62]	Новочеркасск: , 2013
Л3.3		Маркетинг: методические указания к выполнению курсовой работы [для студентов очной и заочной форм обучения направления "Экономика", "Менеджмент", "Профессиональное обучение"]	Новочеркасск: , 2015

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.4	Новочерк. инж.-мелиор. ин-т ДГАУ, каф. менеджмента и информатики ; сост. Е.П. Дурова, П.В. Иванов	Маркетинг: методические указания к выполнению курсовой работы [для студентов очной и заочной форм обучения направления "Экономика", "Менеджмент", "Профессиональное обучение"]	Новочеркасск, 2015

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

7.2.1	Правительство России: сайт/ Правительство РФ. - URL:http://government.ru - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный	http://government.ru
7.2.2	Государственная система правовой информации: официальный интернет-портал правовой информации. - URL: http://pravo.gov.ru/ . - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный	http://pravo.gov.ru/
7.2.3	Лань : электронно-библиотечная система (ЭБС) / Издательство Лань. – URL: http://e.lanbook.com. - Режим доступа: для зарегистр. читателей ЭБС Лань. - Текст: электронный	https://e.lanbook.com
7.2.4	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. – URL: http://biblioclub.ru/. - Режим доступа: для зарегистр. читателей ЭБС Университетская библиотека онлайн. - Текст: электронный	https://biblioclub.ru
7.2.5	Microsoft 365: сайт / Microsoft. - URL: https://www.microsoft.com/ru-ru/. - Режим доступа: свободный. - Текст, изображение : электронные	https://www.microsoft.com/ru-ru/
7.2.6	Министерство сельского хозяйства Российской Федерации: сайт / Правительство РФ. - URL: http://mcx.ru - Режим доступа: свободный. - Текст, изображение электронные.	http://mcx.ru
7.2.7	Российский журнал менеджмента /Санкт-Петербургский государственный университет - URL: Российский журнал менеджмента (spbu.ru) - Режим доступа: свободный. - Текст, изображение электронные.	https://rjm.spbu.ru/
7.2.8	Электронная информационно-образовательная среда института - Официальный сайт НИМИ ФГБОУ ВО Донской ГАУ / НИМИ ФГБОУ ВО Донской ГАУ. - URL:www.ngma.su. - Режим доступа: по логину-паролю. - Текст, изображение электронные.	http://www.ngma.su

7.3 Перечень программного обеспечения

7.3.1	Microsoft. Desktop Education ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprise (MS Windows XP,7,8, 8.1, 10; MS Office professional; MS Windows Serverl)	Сублицензионный договор №502 от 03.12.2020 г. АО «СофтЛайн Трейд»
7.3.2	Dr.Web®DesktopSecuritySuiteАнтивирус КЗ+ ЦУ	Государственный (муниципальный) контракт № РЦА06150002 от 15.06.2021 г. на передачу неисключительных прав на использование программ для ЭВМ ООО «АЙТИ ЦЕНТ»
7.3.3	AdobeAcrobatReader DC	Лицензионный договор на программное обеспечение для персональных компьютеров Platform Clients_PC_WWEULA-ru_RU-20150407_1357 AdobeSystemsIncorporated (бессрочно).
7.3.4	Opera	
7.3.5	Googl Chrome	
7.3.6	Yandex browser	
7.3.7	MS Windows XP,7,8, 8.1, 10;	Сублицензионный договор №502 от 03.12.2020 г. АО «СофтЛайн Трейд»
7.3.8	MS Office professional;	Сублицензионный договор №502 от 03.12.2020 г. АО «СофтЛайн Трейд»

7.3.9	Microsoft Teams	Предоставляется бесплатно
7.4 Перечень информационных справочных систем		
7.4.1	Базы данных ООО "Пресс-Информ" (Консультант +)	https://www.consultant.ru
7.4.2	Базы данных ООО Научная электронная библиотека	http://elibrary.ru/
7.4.3	Базы данных ООО "Гросс Систем.Информация и решения"	http://www.гроссинфо.рф

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)		
8.1	231	Специальное помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Системный блок с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду НИМИ Донской ГАУ: Нettop DNS – 1 шт.; Проектор Acer – 1 шт.; Экран настенный – 1 шт.; Учебно-наглядные пособия – 11 шт.; Доска ? 1 шт.; Рабочие места студентов; Рабочее место преподавателя.
8.2	П17	Помещение укомплектовано специализированной мебелью и оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду НИМИ Донской ГАУ: Компьютер Pro-511 – 12 шт.; Монитор 17" ЖК VS – 12 шт.; Принтер – 1 шт.; Рабочие места студентов; Рабочее место преподавателя.
8.3	229	Специальное помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Набор демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран, ноутбук); Imango Partner PC на базе Intel Celeron – 12 шт.; Монитор 15» ЖК Samsung – 12 шт.; Учебно-наглядные пособия – 11 шт.; Доска ? 1 шт.; Рабочие места студентов; Рабочее место преподавателя.
8.4	229	Специальное помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Набор демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран, ноутбук); Imango Partner PC на базе Intel Celeron – 12 шт.; Монитор 15» ЖК Samsung – 12 шт.; Учебно-наглядные пособия – 11 шт.; Доска ? 1 шт.; Рабочие места студентов; Рабочее место преподавателя.
8.5	229	Специальное помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Набор демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран, ноутбук); Imango Partner PC на базе Intel Celeron – 12 шт.; Монитор 15» ЖК Samsung – 12 шт.; Учебно-наглядные пособия – 11 шт.; Доска ? 1 шт.; Рабочие места студентов; Рабочее место преподавателя.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Положение о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования (введено в действие приказом директора НИМИ Донской ГАУ №3-ОД от 18.01.2018 г.) /Новочерк. инж.-мелиор. ин-т Донской ГАУ. - Новочеркасск, 2018. - URL: http://ngma.su (дата обращения 26.08.2021). - Текст : электронный.
2. Положение о текущей аттестации обучающихся в НИМИ ДГАУ (введено в действие приказом директора №119 от 14 июля 2015 г.) / Новочерк. инж.-мелиор. ин-т Донской ГАУ. - Новочеркасск, 2015. - URL: http://ngma.su (дата обращения 26.08.2021). - Текст : электронный.
3.Типовые формы титульных листов текстовой документации, выполняемой студентами в учебном процессе / Новочерк. инж.-мелиор. ин-т Донской ГАУ.- Новочеркасск, 2015. - URL: http://ngma.su (дата обращения 26.08.2021). - Текст : электронный.
4. Методические указания по самостоятельному изучению дисциплины (приняты учебно-методическим советом института, протокол № 3 от «30» августа 2017 г.) / Новочерк. инж.-мелиор. ин-т Донской ГАУ. - Новочеркасск, 2017.-URL: http://ngma.su (дата обращения: 26.08.2021). - Текст : электронный.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

В рабочую программу на 2022 - 2023 учебный год вносятся следующие дополнения и изменения - обновлено и актуализировано содержание следующих разделов и подразделов рабочей программы:

8.3 Современные профессиональные базы и информационные справочные системы

Базы данных ООО "Пресс-Информ" (Консультант +)	Договор №01674/3905 от 20.01.2022 с ООО "Пресс-Информ" (Консультант +)
Базы данных ООО "Региональный информационный индекс цитирования"	Договор № НК 2050 от 18.03.2022 с ООО "Региональный информационный индекс цитирования"
Базы данных ООО Научная электронная библиотека	Лицензионный договор № SIO- 13947/18016/2021 от 07.10.2021 ООО Научная электронная библиотека
Базы данных ООО "Гросс Систем.Информация и решения"	Контракт № КРД-18510 от 06.12.2021 ООО "Гросс Систем.Информация и решения"

Перечень договоров ЭБС образовательной организации на 2022-2023 уч. год

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2022/2023	Договор № 501-01\20 об оказании информационных услуг по предоставлению доступа к базовой коллекции «ЭБС Университетская библиотека онлайн» от 22.01.2020г. с ООО «НексМедиа»	с 20.01.2020 г. по 19.01.2026 г.
2022/2023	Договор № р08/11 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям от 30.11.2017 г. с ООО «Издательство Лань» Размещение внутривузовской литературы ДонГАУ на платформе ЭБС Лань	с 30.11.2017 г. по 31.12.2025 г.
2022/2023	Договор № СЭБ №НВ-171 по размещению произведений и предоставлению доступа к разделам ЭБС СЭБ от 18.12.2019 г. с ООО «ЭБС Лань» Доп.соглашение от 24.06.2021 к Дог №СЭБ №НВ-171 от 18.12.2019г. с ООО «ЭБС Лань»	с 18.12.2019 г. по 31.12.2022 г. с последующей пролонгацией
2022/2023	Договор № 1311 от 02.12.21 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям коллекции: «Экономика и менеджмент – Издательство Дашков и К» с ООО «ЭБС Лань»	с 14.12.2021 г. по 13.12.2026 г.

8.5 Перечень информационных технологий и программного обеспечения, используемых при осуществлении образовательного процесса

Перечень лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа
Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат. ВУЗ» (интернет-версия); Модуль «Программный комплекс поиска текстовых заимствований в открытых источниках сети интернет»	Лицензионный договор № 4501 от 13.12.2021 г. АО «Антиплагиат» (с 13.12.2021 г. по 13.12.2022 г.).
Microsoft. Desktop Education ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprise (MS Windows XP,7,8, 8.1, 10; MS Office professional; MS Windows Server; MS Project Expert 2010 Professional)	Сублицензионный договор №0312 от 29.12.2021 г. АО «СофтЛайн Трейд»

Дополнения и изменения рассмотрены на заседании кафедры «29» августа 2022 г.

Внесенные дополнения и изменения утверждаю: «29» августа 2022 г.

Декан факультета _____ Губачев В.А.
(подпись) (Ф.И.О.)

11. ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

В рабочую программу на 2023 - 2024 учебный год вносятся изменения - обновлено и актуализировано содержание следующих разделов и подразделов рабочей программы:

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Актуальное учебно-методическое обеспечение доступно по ссылке: https://ngma.su/esreda/elektronnye-bibliotechnye-sistemy-i-elektronnye-obrazovatelnye-resursy/

8.3 Современные профессиональные базы и информационные справочные системы

Базы данных ООО "Пресс-Информ" (Консультант +)	Договор № 01674/6484 от 01.02.2023 ООО "Пресс-Информ" (Консультант +)
Базы данных ООО "Региональный информационный индекс цитирования"	Договор № НК 2924 от 14.02.2023 ООО "Региональный информационный индекс цитирования"
Базы данных ООО Научная электронная библиотека	Лицензионный договор № SIO-13947/18016/2022 от 10.10.2022 ООО Научная электронная библиотека

Перечень договоров ЭБС образовательной организации на 2023-2024 уч. год

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2023\2024	Договор № 501-01\20 об оказании информационных услуг по предоставлению доступа к базовой коллекции «ЭБС Университетская библиотека онлайн» от 22.01.2020г. с ООО «НексМедиа»	С 20.01.2020 г. по19.01.2026
2023\2024	Договор № р08/11 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям от 30.11.2017 г. с ООО «Издательство Лань» Размещение внутривузовской литературы ДонГАУ на платформе ЭБС Лань	с 30.11.2017 г. по 31.12.2025 г.
2023\2024	Договор № СЭБ №НВ-171 по размещению произведений и предоставлению доступа к разделам ЭБС СЭБ от 18.12.2019 г. с ООО «ЭБС Лань» Доп.соглашение от 24.06.2021 к Дог №СЭБ №НВ-171 от 18.12.2019 . с ООО «ЭБС Лань»	С 18.12.2019 по 31.12.2022 с последующей пролонгацией
2023\2024	Договор № 11 оказания услуг одностороннего доступа к ресурсам научно-технической библиотеки «РГУ Нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина» от 29.10.2019 г. (Нефтегазовое дело)	с 29.10.2019 по28.10.2020 с последующей пролонгацией
2023\2024	Договор № 48-п на передачу произведения науки и неисключительных прав на его использовании от 27.04.2018 г. с ФГБНУ «РосНИИПМ»	с 27.04.2018г. до окончания неисключительных прав на произведение
2023\2024	Договор № 1310 от 02.12.21 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям коллекций:«Ветеринария и сельское хозяйство - Издательство Лань»	С 14.12.2021 по 13.12.2026
2023\2024	Договор № 1311 от 02.12.21 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям коллекции: «Экономика и менеджмент – Издательство Дашков и К» с ООО «ЭБС Лань»	С 14.12.2021 по 13.12.2026
2023\2024	Договор 01/02 от 01.02.2023 г. с ООО «Издательство Лань» на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным	с 20.02.2023 г. по 19.02.2024 г.

	изданиям коллекций: «Лесное хозяйство и лесоинженерное дело – Издательства Лань» ЭБС Лань и отдельно наб книг из других разделов.	

8.5 Перечень информационных технологий и программного обеспечения, используемых при осуществлении образовательного процесса

Перечень лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа
Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат. ВУЗ» (интернет-версия); Модуль «Программный комплекс поиска текстовых заимствований в открытых источниках сети интернет»	Лицензионный договор № 6482 от 28.02.2023 г..АО «Антиплагиат»

Дополнения и изменения рассмотрены на заседании кафедры «30» 03 2023.
Заведующий кафедрой _____ Стрекалова М.А.
(подпись) (Ф.И.О.)

11. ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

В рабочую программу на 2024 - 2025 учебный год вносятся изменения - обновлено и актуализировано содержание следующих разделов и подразделов рабочей программы:

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Актуальное учебно-методическое обеспечение доступно по ссылке: https://ngma.su/esreda/elektronnye-bibliotechnye-sistemy-i-elektronnye-obrazovatelnye-resursy/

8.3 Современные профессиональные базы и информационные справочные системы

Базы данных ООО "Пресс-Информ" (Консультант +)	Договор № 01674/9204 от 19.01.2024 ООО "Пресс-Информ" (Консультант +)
База данных ООО "Издательство Лань"	Договор № 117 от 09.02.2024 ООО "Издательство Лань"

Перечень договоров ЭБС образовательной организации на 2024-2025 уч. год

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2024\2025	Договор № 501-01\20 об оказании информационных услуг по предоставлению доступа к базовой коллекции «ЭБС Университетская библиотека онлайн» от 22.01.2020г. с ООО «НексМедиа»	С 20.01.2020 г. по19.01.2026
2024\2025	Договор № 1310 от 02.12.21 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям коллекций:«Ветеринария и сельское хозяйство - Издательство Лань»	С 14.12.2021 по 13.12.2026
2024\2025	Договор № 1311 от 02.12.21 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям коллекции: «Экономика и менеджмент – Издательство Дашков и К» с ООО «ЭБС Лань»	С 14.12.2021 по 13.12.2026
2024\2025	Договор № 1034 от 20.12.23г.Издательство Лань (СПО)	С 10.01.2024 по 09.01.2025
2024\2025	Договор № 117 от 09.02.2024 г. с ООО «Издательство Лань» на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям коллекций: «Лесное хозяйство и лесоинженерное дело – Издательства Лань» ЭБС Лань и отдельно наб книг из других разделов	С 20.02.2024 по 19.02.2025
2024\2025	Договор № 500 от 23.04.2024 г. с ООО «Издательство Лань» на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям коллекций: с ООО «Издательство Лань» на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям коллекции: Пакет ФПУ (10-11 кл.) Издательство «Просвещение»	С 14.06.2024 по 13.06.2025

8.5 Перечень информационных технологий и программного обеспечения, используемых при осуществлении образовательного процесса

Перечень лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа
Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат. ВУЗ» (интернет-версия); Модуль «Программный комплекс поиска текстовых заимствований в открытых источниках сети интернет»	Лицензионный договор № 8047 от 30.01.2024 г.. АО «Антиплагиат»
AdobeAcrobatReader DC	Лицензионный договор на программное обеспечение для персональных компьютеров Platform Clients_PC_WWEULA-ru_RU-20150407_1357 AdobeSystemsIncorporated (бессрочно).

Дополнения и изменения рассмотрены на заседании кафедры «_26_» ____06_____ 2024 г.

Заведующий кафедрой _____ _М.А. Стрежкова___

(подпись) (Ф.И.О.)