

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Комарова Светлана Юриевна

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 03.10.2023 08:49:22

Уникальный программный ключ:

43ba42f5deae4116bbfcb9ac98e39108031227e81add207cbee4149f2098d7a

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина»

Агротехнологический факультет

**ОПОП по направлению подготовки
35.04.04 Агрономия**

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

В.Л. Ершов

«19» июня 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ

Декан

А.А. Гайвас

«19» июня 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02 Стратегический маркетинг в АПК**

**Направленность «Устойчивое сельское хозяйство и развитие сельских
территорий»**

Обеспечивающая преподавание дисциплины
кафедра -

менеджмента и маркетинга

Разработчик РП:

канд. экон. наук, доцент

 А.В. Зинич

Внутренние эксперты:

Председатель МК,

канд. с.-х. наук, доцент

 А.А. Калошин

Начальник управления информационных
технологий

 П.И. Ревякин

Заведующий методическим отделом УМУ

 Г.А. Горелкина

Директор НСХБ

 И.М. Демчукова

Омск 2019

1. ОСНОВАНИЯ ДЛЯ ВВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ СТАТУС

1.1 Основания для введения дисциплины в учебный план:

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 35.04.04 Агрономия (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Министерства образования и науки от № 708 от 26.07.2017.

1.2 Статус дисциплины в учебном плане:

- относится к вариативной части блока 1 «Дисциплины» ОПОП.
- является дисциплиной по выбору¹.

1.3 В рабочую программу дисциплины в установленном порядке могут быть внесены изменения и дополнения, осуществляемые в рамках планового ежегодного и ситуативного совершенствования, которые отражаются в п.10 рабочей программы.

2. ЦЕЛЕВАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ. ЛОГИЧЕСКИЕ И СОДЕРЖАТЕЛЬНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ДИСЦИПЛИНЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ И ПРАКТИКАМИ В СОСТАВЕ ОПОП

2.1 Процесс изучения дисциплины в целом направлен на подготовку обучающегося к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: производственно-технологической, организационно-управленческой, научно-исследовательской деятельности, предусмотренных федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки, а также ОПОП ВО университета, в рамках которой преподаётся данная дисциплина.

Цель дисциплины: формирование системы знаний и умений, связанных с изучением разработки нормативов конкурентоспособности организации и выпускаемых ею товаров на основе исследований стратегических потребностей, ценностей, товаров и рынков.

2.2 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в результате освоения учебной дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1			2	3	4
Рекомендуемые профессиональные компетенции					
ПК-10	Способен определить объемы производства отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка	ИД1 - Обладает способностью разрабатывать сбытовую политику организации, региона, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные	Основы сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики	Выявлять возможности применения различных маркетинговых стратегий для реализации отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка	Выбора эффективных маркетинговых решений в области применения сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики

¹ В случае если дисциплина является дисциплиной по выбору обучающегося, то пишется следующий текст:

- относится к дисциплинам по выбору;
- является обязательной для изучения, если выбрана обучающимся.

		методы продажи товаров экологических и региональных продуктов			
		ИД2 - Анализирует создание, поддержание или изменение мнений, намерений и поведения субъектов- потребителей территории посредством формирования и поддержания притягательно сти, престижа территории (места) в целом	Методы маркетинговых исследований	Проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации	Навыками реализации маркетинговых исследований

2.3 Описание показателей, критериев и шкал оценивания и этапов ормирования компетенций в рамках дисциплины

Индекс и название компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
					Оценки сформированности компетенций			
					Не зачтено		Зачтено	
					Характеристика сформированности компетенции			
					Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	1. Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. 2. Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач. 3. Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач.		
Критерии оценивания								
ПК-10 Способен определить объемы производства отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка	ИД-1 _{пк}	Полнота знаний	Знает основы сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики	Не знает основы сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики	1. Поверхностно ориентируется в основах сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики 2. Свободно ориентируется в основах сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики 3. В совершенстве владеет основами сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики			Реферат, опрос, тестирование
		Наличие умений	Умеет выявлять возможности применения различных маркетинговых стратегий для реализации отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка	Не умеет выявлять возможности применения различных маркетинговых стратегий для реализации отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка	1. Поверхностно ориентируется в вопросах применения различных маркетинговых стратегий для реализации отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка 2. Свободно ориентируется в вопросах применения различных маркетинговых стратегий для реализации отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка 3. В совершенстве владеет основами применения различных маркетинговых стратегий для реализации отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка			
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области применения сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики	Не владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области применения сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики	1. Поверхностно владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области применения сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики 2. Свободно владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области применения сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики 3. В совершенстве владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области применения сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики			
	ИД-2 _{пк}	Полнота знаний	Знает методы маркетинговых	Не знает методы маркетинговых	1. Поверхностно знает методы маркетинговых исследований 2. Свободно ориентируется в методах маркетинговых			Реферат, опрос, тестирование

			исследований	исследований	исследований 3. В совершенстве владеет методами маркетинговых исследований	
		Наличие умений	Умеет проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации	Не умеет проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации	1. Поверхностно ориентируется в вопросах сбора и анализа первичной маркетинговой информации 2. Свободно ориентируется в вопросах сбор и анализ первичной маркетинговой информации 3. В совершенстве умеет проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации	
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками реализации маркетинговых исследований	Не владеет навыками реализации маркетинговых исследований	1. Поверхностно владеет навыками реализации маркетинговых исследований 2. Свободно владеет навыками реализации маркетинговых исследований 3. В совершенстве владеет навыками реализации маркетинговых исследований	

2.4 Логические и содержательные взаимосвязи дисциплины с другими дисциплинами и практиками в составе ОПОП

Дисциплины, практики*, на которые опирается содержание данной дисциплины		Индекс и наименование дисциплин, практик, для которых содержание данной дисциплины выступает основой	Индекс и наименование дисциплин, практик, с которыми данная дисциплина осваивается параллельно в ходе одного семестра
Индекс и наименование	Перечень требований, сформированных в ходе изучения предшествующих (в модальности «знать и понимать», «уметь делать», «владеть навыками»)		
		Б2.П.1 Производственная практика	Б1.О.04 Интеллектуальная собственность и технологические инновации Б1.О.08 Инновационные технологии в агрономии Б1.В.01 Устойчивое развитие агроэкосистем Б1.В.02 Гастрономия Б1.В.03 Управление агротехнологическим проектом Б1.В.04 Социальная политика и развитие села

* - для некоторых дисциплин первого года обучения целесообразно указать на взаимосвязь с предшествующей подготовкой обучающихся в старшей школе

2.5 Формы методических взаимосвязей дисциплины с другими дисциплинами и практиками в составе ОПОП

В рамках методической работы применяются следующие формы методических взаимосвязей:

- учёт содержания предшествующих дисциплин при формировании рабочей программы последующей дисциплины,
- согласование рабочей программы предшествующей дисциплины ведущим преподавателем последующей дисциплины;
- совместное обсуждение ведущими преподавателями предшествующей и последующей дисциплин результатов входного опроса по последующей дисциплине;
- участие ведущего преподавателя последующей дисциплины в процедуре приёма зачета/экзамена по предыдущей.

2.6 Социально-воспитательный компонент дисциплины

В условиях созданной вузом социокультурной среды в результате изучения дисциплины: формируются мировоззрение и ценностные ориентации обучающихся; интеллектуальные умения, научное мышление; способность использовать полученные ранее знания, умения, навыки, развитие творческих начал.

Воспитательные задачи реализуются в процессе общения преподавателя с обучающимися, в использовании активных методов обучения, побуждающих обучающихся проявить себя в совместной деятельности, принять оценочное решение. Коллективные виды деятельности способствуют приобретению навыков работы в коллективе, умения управления коллективом. Самостоятельная работа способствует выработке у обучающихся способности принимать решение и навыков самоконтроля.

Через связь с НИРС, осуществляемой во внеучебное время, социально-воспитательный компонент ориентирован на:

- 1) адаптацию и встраивание обучающихся в общественную жизнь ВУЗа, укрепление межличностных связей и уверенности в правильности выбранной профессии;
- 2) проведение систематической и целенаправленной профориентационной работы, формирование творческого, сознательного отношения к труду;
- 3) формирование общекультурных компетенций, укрепление личных и групповых ценностей, общественных ценностей, ценности непрерывного образования;
- 4) гражданско-правовое воспитание личности;
- 5) патриотическое воспитание обучающихся, формирование модели профессиональной этики, культуры экономического мышления, делового общения.

Объединение элементов образовательной и воспитательной составляющей дисциплины способствует формированию общекультурных компетенций выпускников, компетенций социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления, системно-деятельностного характера, создает условия, необходимые для всестороннего развития личности.

3. СТРУКТУРА И ТРУДОЕМКОСТЬ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина изучается на 1 и 2 курсе.
Продолжительность 1 курса 28 4/6, 2 курса 25 4/6.

Вид учебной работы	Трудовоемкость, час	
	семестр, курс*	
	заочная форма	
	1 курс	2 курс
1. Аудиторные занятия, всего	2	8
- лекции	2	2
- практические занятия (включая семинары)		6
2. Внеаудиторная академическая работа	34	60
2.1 Фиксированные виды внеаудиторных самостоятельных работ:		
Выполнение и сдача/защита индивидуального/группового задания в виде**		
- подготовка и сдача реферата		12
2.2 Самостоятельное изучение тем/вопросов программы	34	20
2.3 Самоподготовка к аудиторным занятиям		16
2.4 Самоподготовка к участию и участие в контрольно-оценочных мероприятиях , проводимых в рамках текущего контроля освоения дисциплины (за исключением учтённых в пп. 2.1 – 2.2):		12
3. Получение зачёта по итогам освоения дисциплины		4
ОБЩАЯ трудоёмкость дисциплины:	Часы	72
	Зачётные единицы	2

Примечание:
* – **семестр** – для очной и очно-заочной формы обучения, **курс** – для заочной формы обучения;
** – КР/КП, реферата/эссе/презентации, контрольной работы (для обучающихся заочной формы обучения), расчетно-графической (расчетно-аналитической) работы и др;

4. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Укрупненная содержательная структура дисциплины и общая схема ее реализации в учебном процессе

Номер и наименование раздела дисциплины. Укрупненные темы раздела		Трудовоемкость раздела и ее распределение по видам учебной работы, час.						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	№№ компетенций, на формирование которых ориентирован раздел	
		общая	Аудиторная работа				ВРС			
			всего	лекции	занятия		всего			фиксированные виды
					практические (всех форм)	лабораторные				
		2	3	4	5	6	7	8	9	10
Заочная форма обучения										
1	Понятие конкурентоспособности фирмы и маркетинговые стратегии	40	6	2	4	-	34	6	тестиро вание	ПК- 10
	1.1 Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга									
	1.2 Стратегический маркетинг и типовые маркетинговые стратегии									
	1.3 Разработка маркетинговой стратегии компании									
2	Стратегии взаимодействия с потребителями и маркетинговые исследования потребителей	64	4	2	2	-	60	6	тестиро вание	ПК- 10
	3.1 Маркетинговые исследования потребителей									
	3.2 Методы сбора и анализа первичной информации									
Промежуточная аттестация		×	×	×	×	×	×	×	зачет	
Итого по дисциплине		104	10	4	6		94	12	4	

4.2 Лекционный курс.

Примерный тематический план чтения лекций по разделам дисциплины

№		Тема лекции. Основные вопросы темы	Трудоемкость по разделу, час.	Применяемые интерактивные формы обучения
раздела	лекции		заочная форма	
1	2	3	4	5
1	1	Тема: Стратегический маркетинг и типовые маркетинговые стратегии	2	Лекция-визуализация
		1. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга		
		2. Типовые маркетинговые стратегии и разработка маркетинговой стратегии компании		
2	2	Тема: Маркетинговые исследования потребителей	2	Лекция-визуализация
		1. Направления исследований потребителя		
		2. Методы сбора и анализа первичной информации		
Общая трудоемкость лекционного курса			4	x
Всего лекций по дисциплине:		час.	Из них в интерактивной форме:	
- заочная форма обучения		4	- заочная форма обучения	
4		4		
Примечания:				
- материально-техническое обеспечение лекционного курса – см. Приложение 6;				
- обеспечение лекционного курса учебной, учебно-методической литературой и иными библиотечно-информационными ресурсами и средствами обеспечения образовательного процесса – см. Приложения 1 и 2.				

4.3 Примерный тематический план практических занятий по разделам дисциплины

№		Тема занятия / Примерные вопросы на обсуждение (для семинарских занятий)	Трудоемкость по разделу, час.	Используемые интерактивные формы**	Связь занятия с ВАРС*
раздела (модуля)	занятия		заочная форма		
1	2	3	4	5	6
1	1	Тема: Типовые маркетинговые стратегии	2	Семинар	ОСП
		1. Характеристика основных маркетинговых стратегий			
	2. Вопросы практического применения маркетинговых стратегий	2	Семинар-дискуссия	УЗ СРС	
	2				Тема: Разработка маркетинговой стратегии компании
					1. Процесс разработки маркетинговой стратегии компании
2. Оценка эффективности маркетинговых решений					
2	3	Тема: Маркетинговые исследования потребителей	2	Семинар-дискуссия	УЗ СРС
		1. Направления исследований потребителя			
		2. Методы сбора и анализа первичной информации			
Всего практических занятий по дисциплине:		час.	Из них в интерактивной форме:		час.
- заочная форма обучения		6	- заочная форма обучения		6
В том числе в форме семинарских занятий					
- заочная форма обучения		6			
* Условные обозначения: ОСП – предусмотрена обязательная самоподготовка к занятию; УЗ СРС – на занятии выдается задание на конкретную ВАРС; ПР СРС – занятие содержательно базируется на результатах выполнения обучающимся конкретной ВАРС.					
** в т.ч. при использовании материалов МООК «Название», название ВУЗа-разработчика, название платформы и ссылка на курс (с указанием даты последнего обращения) (заполняется в случае осуществления образовательного процесса с использованием массовых открытых онлайн-курсов (МООК) по подмодели 3 «МООК как элемент активации обучения в аудитории на основе предварительного самостоятельного изучения»)					
Примечания: - материально-техническое обеспечение практических занятий – см. Приложение 6; - обеспечение практических занятий учебной, учебно-методической литературой и иными библиотечно-информационными ресурсами и средствами обеспечения образовательного процесса – см. Приложения 1 и 2.					

5 ПРОГРАММА ВНЕАУДИТОРНОЙ АКАДЕМИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1 Фиксированные виды внеаудиторных самостоятельных работ

5.1.1 Выполнение и защита (сдача) курсового проекта (работы) по дисциплине

Учебным планом не предусмотрено

5.1.2 Выполнение и сдача реферата

5.1.2.1 Место реферата в структуре дисциплины

Разделы дисциплины, освоение которых обучающимися сопровождается или завершается выполнением реферата		Компетенции, формирование/развитие которых обеспечивается в ходе выполнения
№	Наименование	ПК-10 Способен определить объемы производства отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка
1	Понятие конкурентоспособности фирмы и маркетинговые стратегии	
2	Стратегии взаимодействия с потребителями и маркетинговые исследования потребителей	

5.1.2.2 Перечень примерных тем рефератов:

1. Стратегическое маркетинговое планирование фирмы (на примере конкретной фирмы)
2. Принципы и методы организации стратегического маркетинга (на примере конкретной фирмы)
3. Конкуренция и методы ее оценки при разработке стратегии развития фирмы
4. Анализ влияния окружающей среды маркетинга на рыночную деятельность фирмы
5. Принципы и методы анализа портфеля продукции
6. Матрица Ардур Д. Литл – роль и место в стратегическом маркетинге
7. Матрица Ансоффа – роль и место в стратегическом маркетинге
8. SWOT-анализ – роль и место в стратегическом маркетинге
9. Benchmarking – роль и место в стратегическом маркетинге
10. Методы анализа внутренней среды
11. Методы и анализа внешней среды
12. Принципы проведения анализа конкуренции с использованием модели М.Портера
13. Организация стратегического маркетингового планирования
14. Стратегический анализ как основа выбора стратегических альтернатив развития
15. Роль и место инструментов стратегического анализа и диагностики при разработке стратегии развития
16. Организация оценки альтернатив развития
17. Конкурентное преимущество как основа выбора маркетинговой стратегии
18. Базовые конкурентные стратегии: особенности их выбора
19. Стратегический маркетинг в малом бизнесе
20. Методология и организация стратегического анализа
21. Методы исследования поведения потребителей
22. Опыт анкетирования и интервьюирования при работе с потребителями
23. Использование стратегических моделей в деятельности фирмы
24. Моделирование в стратегическом маркетинге потребителей
25. Маркетинговый аудит как основа успешной стратегии
26. Стратегический маркетинг в АПК (на примере предприятия)
27. Стратегия специализации как основа успеха малой фирмы
28. Методы стратегического анализа при разработке стратегии развития
29. Стратегии роста как залог успеха малых и средних фирм
30. Стратегический и операционный маркетинг на фирме (на реальном примере)

5.1.2.3 Информационно-методическое и материально-техническое обеспечение процесса выполнения групповой презентации

- 1) Материально-техническое обеспечение процесса выполнения работы – см. Приложение 6.

2) Обеспечение процесса выполнения работы учебной, учебно-методической литературой и иными библиотечно-информационными ресурсами и средствами обеспечения образовательного процесса – см. Приложение 1, 2, 3.

Шкала и критерии оценивания

– оценка «отлично» по реферату присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность доклада и презентации;

– оценка «хорошо» по реферату присваивается при соответствии выше перечисленным критериям, но при наличии в содержании работы и ее оформлении небольших недочетов или недостатков в представлении результатов к защите;

– оценка «удовлетворительно» по реферату присваивается за неполное раскрытие темы, выводов и предложений, носящих общий характер, отсутствие наглядного представления работы и затруднения при ответах на вопросы;

– оценка «неудовлетворительно» по реферату присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, несамостоятельность изложения материала, выводы и предложения, носящие общий характер, отсутствие наглядного представления работы и ответов на вопросы.

Оценка по реферату расписывается преподавателем в оценочном листе.

5.1.2.4 Типовые контрольные задания

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций представлены в Приложении 9 «Фонд оценочных средств по дисциплине (полная версия)».

5.1.3 Перечень заданий для контрольных работ обучающихся заочной формы обучения

Учебным планом не предусмотрено

5.2 Самостоятельное изучение тем

Номер раздела дисциплины	Тема в составе раздела/ вопрос в составе темы раздела, вынесенные на самостоятельное изучение	Расчетная трудоемкость, час.	Форма текущего контроля по теме
Заочная форма обучения			
1	Современные направления маркетинга	6	Опрос
	Основные товарные стратегии маркетинга	6	Опрос
	Основные ценовые стратегии маркетинга	6	Опрос
	Основные сбытовые стратегии маркетинга	6	Опрос
	Основные коммуникационные стратегии	6	Опрос
	Особенности маркетинговых стратегий в АПК	6	Опрос
2	Этапы проведения маркетингового исследования	6	Опрос
	Анкетная форма сбора первичной информации	6	Опрос
	Маркетинговые исследования в АПК	6	Опрос
Примечание: Учебная, учебно-методическая литература и иные библиотечно-информационные ресурсы и средства обеспечения самостоятельного изучения тем – см. Приложения 1, 2, 3, 4.			

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся на основе самостоятельного изученного материала, смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.
- оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся на основе самостоятельного изученного материала, не смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.

5.3 Самоподготовка к аудиторным занятиям (кроме контрольных занятий)

Занятия, по которым предусмотрена самоподготовка	Характер (содержание) самоподготовки	Организационная основа самоподготовки	Общий алгоритм самоподготовки	Расчетная трудоемкость, час.
Заочная форма обучения				
Практические занятия	Подготовка по контрольным вопросам	Контрольные вопросы по теме	1. Изучение лекционного материала по теме занятия 2. Изучение учебной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов по теме занятия 3. Подготовка ответов на контрольные вопросы	16

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся на основе самостоятельного изученного материала, смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.
- оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся на основе самостоятельного изученного материала, не смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.

5.4 Самоподготовка и участие в контрольно-оценочных учебных мероприятиях (работах) проводимых в рамках текущего контроля освоения дисциплины

Наименование оценочного средства	Охват обучающихся	Содержательная характеристика (тематическая направленность)	Расчетная трудоемкость, час
1	2	3	4
Заочная форма обучения			
Опрос	100%	Знание пройденного материала	12
Тестирование	100%	Знание пройденного материала и самостоятельно изученных тем, Демонстрация сформированных компетенций	

**6 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

6.1 Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины:	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура) и среднего профессионального образования в ФГБОУ ВО Омский ГАУ»	
6.2 Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины	
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей и задач обучения по данной дисциплине, изложенным в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации -	зачёт
Место процедуры получения зачёта в графике учебного процесса	1) участие обучающегося в процедуре получения зачёта осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на изучение дисциплины
	2) процедура проводится в рамках ВАО, на последней неделе семестра
Основные условия получения обучающимся зачёта:	1) обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине; 2) прошёл заключительное тестирование. 3) подготовил электронную презентацию.
Процедура получения зачёта -	Представлены в Фонде оценочных средств по данной учебной дисциплине (см. – Приложение 9)
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	

7. ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1 Библиотечное, информационное и методическое обеспечение учебного процесса по дисциплине

В соответствии с действующими государственными требованиями для реализации учебного процесса по дисциплине обеспечивающей кафедрой разрабатывается и постоянно совершенствуется учебно-методический комплекс (УМК), соответствующий данной рабочей программе. При разработке УМК кафедра руководствуется установленными университетом требованиями к его структуре, содержанию и оформлению.

Организационно-методическим ядром УМК являются:

- полная версии рабочей программы учебной дисциплины с внутренними приложениями №№ 1-3, 5, 6, 8;
- фонд оценочных средств по ней ФОС (Приложение 9);
- методические рекомендации для обучающихся по изучению дисциплины и прохождению контрольно-оценочных мероприятий (Приложение 4);
- методические рекомендации преподавателям по дисциплине (Приложение 7).

В состав учебно-методического комплекса в обязательном порядке также входят перечисленные в Приложениях 1 и 2 источники учебной и учебно-методической информации, учебные ресурсы и средства наглядности.

Приложения 1 и 2 к настоящему учебно-программному документу в обязательном порядке актуализируются на начало каждого учебного года

Электронная версия актуального УМКД, адаптированная для обучающихся, выставляется в информационно-образовательной среде университета.

7.2 Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине; соответствующая им информационно-технологическая и компьютерная база

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине и сведения об информационно-технологической и компьютерной базе, необходимой для преподавания и изучения дисциплины, представлены в Приложении 5. Данное приложение в обязательном порядке актуализируются на начало каждого учебного года.

7.3 Материально-техническое обеспечение учебного процесса по дисциплине

Сведения о материально-технической базе, необходимой для реализации программы дисциплины, представлены в Приложении 6, которое в обязательном порядке актуализируется на начало каждого учебного года.

7.4. Организационное обеспечение учебного процесса и специальные требования к нему с учетом характера учебной работы по дисциплине

Аудиторные учебные занятия по дисциплине ведутся в соответствии с расписанием, внеаудиторная академическая работа организуется в соответствии с семестровым графиком ВАР и графиками сдачи/приёма/защиты выполненных работ. Консультирование обучающихся, изучающих данную дисциплину, осуществляется в соответствии с графиком консультаций.

7.5 Кадровое обеспечение учебного процесса по дисциплине

Сведения о кадровом обеспечении учебного процесса по дисциплине представлены в Приложении 8, которое в обязательном порядке актуализируется на начало каждого учебного года.

7.6. Обеспечение учебного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организационно-педагогическое, психолого-педагогическое сопровождение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основании соответствующей рекомендации в заключении психолого-медико-педагогической комиссии или индивидуальной программе реабилитации инвалида.

Обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов в случае необходимости:

- предоставляются печатные и (или) электронные образовательные ресурсы в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- учебно-методические материалы для самостоятельной работы, оценочные средства выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей;
- разрешается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями (эти средства могут быть предоставлены университетом или могут использоваться собственные технические средства).

– проведение процедуры оценивания результатов обучения возможно с учетом особенностей нозологий (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.) при использовании доступной формы предоставления заданий оценочных средств и ответов на задания (в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме аудиозаписи, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода) с использованием дополнительного времени для подготовки ответа.

Во время проведения занятий в группах, где обучаются инвалиды и обучающиеся с ОВЗ, возможно применение мультимедийных средств, оргтехники, слайд-проекторов и иных средств для повышения уровня восприятия учебной информации обучающимися с различными нарушениями. Для разъяснения отдельных вопросов изучаемой дисциплины преподавателями дополнительно проводятся индивидуальные консультации, в том числе с использованием сети Интернет.

7.7 Обеспечение образовательных программ с частичным применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

При реализации программы дисциплины могут применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, обучающимся обеспечивается доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочей программе. В информационно-образовательной среде университета в рамках дисциплин создается электронный обучающий курс, содержащий учебно-методические, теоретические материалы, информационные материалы для самостоятельной работы.

8 ЛИСТ РАССМОТРЕНИЙ И ОДОБРЕНИЙ

рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 Стратегический маркетинг в АПК
в составе ОПОП

1. Рассмотрена и одобрена:	
а) На заседании обеспечивающей преподавание кафедры	<u>менеджмента и маркетинга</u> (наименование кафедры)
протокол № <u>9</u> от <u>22.06.2019</u> . Зав. кафедрой, <u>канд. экон. наук, доцент</u>  <u>Е.А. Асташова</u>	
б) На заседании методической комиссии по направлению 35.04.04 Агрономия;	
протокол № <u>10</u> от <u>18.06.2019</u> . Председатель МКН – 35.04.04, к.с.-х.н., доцент.  <u>Калошин А.А.</u>	
2. Рассмотрение и одобрение представителями профессиональной сферы по профилю ОПОП:	
Директор ООО «Агропродукт»  Рыкалин Е.В.	

9. ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ

**к рабочей программе дисциплины
представлены в приложении 10.**

ПЕРЕЧЕНЬ литературы, рекомендуемой для изучения дисциплины	
Автор, наименование, выходные данные	Доступ
1. Основная литература	
Григорьев М. Н. Маркетинг : учеб. для бакалавров / М. Н. Григорьев . - 4-е изд., доп.. - М.: Юрайт, 2012. - 464 с.	НСХБ
Соловьев, Б. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - Электрон. текстовые дан. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 336 с.	http://znanium.com
2. Дополнительная литература	
АПК: экономика и управление: ежемесячный научно-практический журнал : ежемес. теорет. и науч.-практ. журн.. - М., 1921 -	НСХБ
Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики: электрон. учеб.; презентации (анимация. звук);подроб. тренировоч. тесты; слов. терминов; персоналии/ В. И. Беляев. - М.: Кнорус, 2009. - 1 эл. опт. диск. - (Электронный учебник)	НСХБ
Гражданский кодекс Российской Федерации: текст с изм. и доп. на 1 июня 2013 г.	ЭПС «Система Гарант»
Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года	ЭПС «Система Гарант»
Косенчук О. В. Маркетинг в агропродовольственном комплексе: учеб. пособие/ О. В. Косенчук, Е. А. Быкова; Ом. гос. аграр. ун-т, Ин-т экономики и финансов. - Омск: Изд-во ОмГАУ, 2010. - 108 с.	НСХБ
Костина А. В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : электрон. учеб.; презентации(анимация. звук);подроб. тренировоч. тесты; слов. терминов; персоналии / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин, 2009. - 1 эл. опт. диск	НСХБ
Маркетинг : кратк. толковый слов. основных маркетинговых понятий и современных терминов / сост. Н. И. Перцовский. - М. : Дашков и К°, 2009. - 139,	НСХБ
Новейшие направления развития аграрной науки в работах молодых ученых : тр. II Междунар. науч.-практ. конф. молодых учёных (20-21 апр. 2006 г., пос. Краснообск) / Рос. акад. с.-х. наук. Сиб. отд-ние, Новосиб. гос. аграр. ун-т, Новосиб. науч.-образоват.-произв. комплекс АПК. - Новосибирск : [б. и.], 2006. - 654 с.	НСХБ
Основы маркетинга [Электронный ресурс] : версия 2.0.0112: конспекты лекций, тесты для самоконтроля, контрол. вопр., [2008]. - 1 эл. опт. диск	НСХБ
Романов, А. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - Электрон. текстовые дан. - М. : Дашков и К°, 2012. - 440 с.	http://znanium.com
Румянцева Е. Е. Новая экономическая энциклопедия / Е..Е. Румянцева. - М.: ИНФРА-М, 2008. – 823, [3] с.	НСХБ
Стукач В. Ф. Инновационная инфраструктура регионального АПК : монография / В. Ф. Стукач, Е. М. Помогаев ; Ом. гос. аграр. ун-т. - Омск : Сфера, 2007. - 223 с.	НСХБ
Токарев Б. Е. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебник / Б. Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон. текстовые дан. - М. : Магистр : НИЦ Инфра-М, 2013. - 512 с.	http://znanium.com
Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий: ежемесячный научно-практический журнал : ежемес. теорет. и науч.-практ. журн./ М-во сел. хоз-ва и продовольствия Рос. Федерации. - М. : [б. и.], 1926 -	НСХБ

**ПЕРЕЧЕНЬ
РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»
И ЛОКАЛЬНЫХ СЕТЕЙ УНИВЕРСИТЕТА,
необходимых для освоения дисциплины**

1. Удаленные электронные сетевые учебные ресурсы временного доступа, сформированные на основании прямых договоров с правообладателями (электронные библиотечные системы - ЭБС), информационные справочные системы	
Наименование	Доступ
Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM	http://znanium.com
Электронно-библиотечная система «Издательства Лань»	http://e.lanbook.com
Электронно-библиотечная система «Электронная библиотека технического ВУЗа» («Консультант студента»)	http://www.studentlibrary.ru
Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»	Локальная сеть университета
2. Электронные сетевые учебные ресурсы открытого доступа:	
Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ
по дисциплине**

1. Учебно-методическая литература			
Автор, наименование, выходные данные			Доступ
2. Учебно-методические разработки на правах рукописи			
Автор(ы)	Наименование		Доступ
3. Учебные ресурсы открытого доступа (МООК)			
Наименование МООК	Платформа	ВУЗ разработчик	Доступ (ссылка на МООК, дата последнего обращения)

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
по освоению дисциплины
представлены отдельным документом**

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ,
используемые при осуществлении образовательного процесса
по дисциплине**

1. Программные продукты, необходимые для освоения дисциплины		
Наименование программного продукта (ПП)	Виды учебных занятий и работ, в которых используется данный продукт	
Пакет офисных программ	Лекции, практические занятия.	
2. Информационные справочные системы, необходимые для реализации учебного процесса		
Наименование справочной системы	Доступ	
Сводная энциклопедия Википедия	http://ru.wikipedia.org/wiki/	
«Гарант»	Учебные аудитории университета http://www.garant.ru	
«Консультант+»	Учебные аудитории университета http://www.consultant.ru	
3. Специализированные помещения и оборудование, используемые в рамках информатизации учебного процесса		
Наименование помещения	Наименование оборудования	Виды учебных занятий и работ, в которых используется данное помещение
Компьютерные классы с выходом в интернет	ПК, комплект мультимедийного оборудования	Лекции, занятия с применением ДОТ
4. Электронные информационно-образовательные системы (ЭИОС)		
Наименование ЭИОС	Доступ	Виды учебных занятий и работ, в которых используется данная система
ИОС ОмГАУ-Moodle	http://do.omgau.org	Самостоятельная работа обучающегося

**МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Наименование объекта	Оснащенность объекта
644008, г. Омск, ул. Физкультурная 8 Е, учебный корпус №5 этаж 3, № 301	Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций. Рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся. Доска ученическая. Демонстрационное оборудование: переносное мультимедийное оборудование (проектор BenQ PB 8230, ноутбук ASUS, экран DIPLOMAT Projection Screen)

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ по дисциплине

1. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К УЧЕБНОЙ РАБОТЕ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формы организации учебной деятельности по дисциплине: лекция, семинарские и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, зачет.

У обучающихся ведутся лекционные занятия в интерактивной форме в виде лекции-визуализации. Семинарские занятия проводятся в виде: семинар-дискуссия.

В ходе изучения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить внеаудиторную работу, которая состоит из следующих видов работ: фиксированные виды работ, самостоятельное изучение тем, подготовка к текущему контролю.

После изучения каждого из разделов проводится рубежный контроль результатов освоения дисциплины. По итогам изучения дисциплины осуществляется аттестация обучающихся в форме зачета.

Учитывая значимость дисциплины в профессиональном становлении менеджера в области управления организациями различных организационно-правовых форм, к ее изучению предъявляются следующие организационные требования:

- обязательное посещение обучающимся всех видов аудиторных занятий; ведение конспекта в ходе лекционных занятий; качественная самостоятельная подготовка к практическим занятиям, активная работа на них, выступление на семинарских занятиях;

- активная, ритмичная внеаудиторная работа обучающегося; своевременная сдача преподавателю отчетных материалов по аудиторным и внеаудиторным видам работ.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ

Специфика дисциплины состоит в том, что рассмотрение теоретических вопросов на лекциях тесно связано с практикумами и семинарскими занятиями. В этих условиях на лекциях особенно большое значение имеет реализация следующих задач:

- 1) глубокое осмысливание ряда понятий и положений, введенных в теоретическом курсе;

- 2) раскрытие прикладного значения теоретических сведений;

- 3) развитие творческого подхода к решению практических и некоторых теоретических вопросов;

- 4) закрепление полученных знаний путем практического использования;

Наряду с перечисленными выше образовательными целями, лекционные занятия должны преследовать и важные цели воспитательного характера, а именно:

- а) воспитание настойчивости в достижении конечной цели;

- б) воспитание дисциплины ума, аккуратности, добросовестного отношения к работе;

- в) воспитание критического отношения к своей деятельности, умения анализировать свою работу, искать оптимальный путь решения, находить свои ошибки и устранять их.

При изложении материала дисциплины преподавателю следует обратить внимание, во-первых, на то, что обучающиеся получили определенные знания в области экономики и управления человеческими ресурсами при изучении других учебных дисциплин, во-вторых, необходимо избегать дублирования материала с другими учебными дисциплинами, которые обучающиеся уже изучили либо которые предстоит им изучить.

Преподаватель должен четко дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, представить обучающим основное ее содержание в сжатом, систематизированном виде. Преподаватель должен излагать учебный материал с позиций междисциплинарного подхода, давать четкие определения понятийного аппарата, который используется при изучении дисциплины.

В учебном процессе преподаватель должен использовать активные и интерактивные формы обучения обучающихся, которые должны опираться на творческое мышление обучающихся, в наибольшей степени активизировать познавательную деятельность, делать их соавторами новых идей, приучать их самостоятельно принимать оптимальные решения и способствовать их реализации.

В аудиторной работе с обучающимися предполагаются следующие формы проведения лекций:

Лекция-визуализация представляет собой визуальную форму подачи лекционного материала средствами ТСО.

3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

По дисциплине рабочей программой предусмотрены семинарские занятия, которые проводятся в следующих формах: семинар-дискуссия.

Семинары служат для осмысления и более глубокого изучения теоретических проблем, а также отработки навыков использования знаний. Семинарское занятие дает обучающемуся возможность:

- проверить, уточнить, систематизировать знания;
- овладеть терминологией и свободно ею оперировать;
- научиться точно и доказательно выражать свои мысли на языке конкретной науки;
- анализировать факты, вести диалог, дискуссию, оппонировать.

Семинар призван укреплять интерес обучающегося к науке и научным исследованиям, научить связывать научно-теоретические положения с практической деятельностью. В процессе подготовки к семинару происходит развитие умений самостоятельной работы: развиваются умения самостоятельного поиска, отбора и переработки информации.

Семинар-дискуссия предполагает коллективное обсуждение какой-либо проблемы с целью установления путей ее достоверного решения. Семинар-диспут проводится в форме диалогического общения участников. Он предполагает высокую умственную активность участников, прививает умение вести полемику, обсуждать материал, защищать взгляды и убеждения, лаконично и ясно излагать свои мысли.

Преподаватель старается активизировать участие в обсуждении отдельными вопросами, обращенными к отдельным обучаемым, представляет различные мнения, чтобы развить дискуссию, стремясь направить ее в нужное направление. Затем, опираясь на правильные высказывания и анализируя неправильные, ненавязчиво, но убедительно подводит слушателей к коллективному выводу или обобщению.

4. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

4.1. Самостоятельное изучение тем

Преподавателю необходимо пояснить обучающимся общий алгоритм самостоятельного изучения тем:

- 1) Ознакомиться с рекомендованной учебной литературой и электронными ресурсами по теме (ориентируясь на вопросы для самоконтроля).
- 2) На этой основе составить развёрнутый план изложения темы
- 3) Выбрать форму отчетности конспектов (план – конспект, текстуальный конспект, свободный конспект, конспект – схема)
- 2) Оформить отчётный материал в установленной форме в соответствии методическими рекомендациями
- 3) Провести самоконтроль освоения темы по вопросам, выданным преподавателем
- 4) Предоставить отчётный материал преподавателю по согласованию с ведущим преподавателем
- 5) Подготовиться к предусмотренному контрольно-оценочному мероприятию по результатам самостоятельного изучения темы
- 6) Принять участие в указанном мероприятии, пройти рубежное тестирование по разделу на аудиторном занятии и заключительное тестирование в установленное для внеаудиторной работы время

Критерии оценки тем, выносимых на самостоятельное изучение:

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся оформил отчетный материал в виде доклада на основе самостоятельного изученного материала, смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.

- оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся неаккуратно оформил отчетный материал в виде доклада на основе самостоятельного изученного материала, не смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.

4.2. Самоподготовка обучающихся к семинарским занятиям по дисциплине

Самоподготовка обучающихся к семинарским занятиям осуществляется в виде подготовки к тематическим дискуссиям на семинарах по заранее известным темам и вопросам.

Критерии оценки самоподготовки по вопросам семинарского занятия

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся на основе самостоятельного изученного материала, смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы. Владеет методиками при решении практических задач.
- оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся на основе самостоятельного изученного материала, не смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы. Затрудняется решать практические задачи.

4.3. Организация выполнения и проверка реферата

Учебные задачи, которые должны быть решены обучающимся в рамках выполнения реферата:

- разработка инструментария в области экономических проблем и анализ их результатов;
- сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, выбор методов и средств решения задач исследования;
- организация и проведение научных исследований, в том числе статистических обследований и опросов;
- разработка теоретических и практических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов.

Обучающийся выбирает тему реферата самостоятельно (тема закрепляется за малой группой обучающихся в самом начале занятий). После выбора темы обучающийся приступает к поиску литературы, опубликованной по данной тематике. Правильный, корректный подбор литературы по необходимой тематике – это первый и важнейший этап написания реферата. В случае неправильного подбора литературы у обучающегося может сложиться неверное мнение о состоянии рассматриваемого вопроса. Подобранная литература изучается в следующем порядке:

- знакомство с литературой, просмотр и выборочное чтение с целью получения общего представления о проблеме и структуре будущей работе;
- исследование необходимых источников, сплошное чтение отдельных работ, их изучение, конспектирование необходимого материала (при конспектировании в обязательном порядке указывается автор, название работы, место издания, издательство, год издания, страницы, последние изменения (если нормативный документ));
- обращение к литературе для дополнений и уточнений на этапе написания реферата.

Использованная литература может быть различного характера: нормативно-правовые документы, монографии, учебники, диссертации, авторефераты, статьи из журналов, газет, ресурсы сети Интернет и др. Могут использоваться как отечественные, так и иностранные источники. Желательно, чтобы большинство литературных источников было опубликовано не позднее последних 5 лет. Это позволяет изучить современное состояние проблемы.

Критерии оценки реферата

При аттестации обучающихся по итогам их работы над рефератом руководителем используются критерии оценки качества процесса подготовки реферата, критерии оценки содержания реферата, критерии оценки оформления реферата, критерии оценки участия обучающегося в контрольно-оценочном мероприятии. Оценка по реферату расписывается преподавателем на обороте титульного листа.

1. Критерии оценки содержания реферата:

- степень раскрытия темы;
- самостоятельность и качество анализа теоретических положений;
- глубина проработки, обоснованность методологической и методической программы исследования;
- качество анализа объекта и предмета исследования;
- проработка литературы при написании реферата.

2 Критерии оценки оформления реферата:

- логика и стиль изложения;
- структура и содержание введения и заключения;
- объем и качество выполнения иллюстративного материала;
- качество ссылок;
- качество списка литературы;
- общий уровень грамотности изложения.

3. Критерии оценки качества подготовки реферата:

- способность работать самостоятельно;

- способность творчески и инициативно решать задачи;
 - способность рационально планировать этапы и время выполнения реферата, диагностировать и анализировать причины появления проблем при выполнении реферата, находить оптимальные способы их решения;
 - дисциплинированность, соблюдение плана, графика подготовки отчетных материалов;
 - способность вести дискуссию, выстраивать аргументацию с использованием результатов исследований, демонстрация широты кругозора;
4. Критерии *оценки участия обучающегося* в контрольно-оценочном мероприятии:
- способность и умение публичного выступления с докладом;
 - способность грамотно отвечать на вопросы;
- Критерии общей оценки:
- оценка **«отлично»** по реферату присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность доклада и презентации;
 - оценка **«хорошо»** по реферату присваивается при соответствии выше перечисленным критериям, но при наличии в содержании работы и ее оформлении небольших недочетов или недостатков в представлении результатов к защите;
 - оценка **«удовлетворительно»** по реферату присваивается за неполное раскрытие темы, выводов и предложений, носящих общий характер, отсутствие наглядного представления работы и затруднения при ответах на вопросы;
 - оценка **«неудовлетворительно»** по реферату присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, несамостоятельность изложения материала, выводы и предложения, носящие общий характер, отсутствие наглядного представления работы и ответов на вопросы.

5. КОНТРОЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Входной контроль проводится с целью выявления реальной готовности обучающихся к освоению данной дисциплины за счет знаний, умений и компетенций, сформированных на предшествующих дисциплинах. Тематическая направленность входного контроля – это основы экономики предприятия. Входной контроль проводится в виде опроса.

Критерии оценки входного контроля:

- оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, если вопрос раскрыт, во время дискуссии высказывается собственная точка зрения на обсуждаемую проблему, демонстрируется способность аргументировать доказываемые положения и выводы.
- оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся не способен доказать и аргументировать собственную точку зрения по вопросу, не способен сослаться на мнения ведущих специалистов по обсуждаемой проблеме.

5.2 В течение семестра по итогам изучения дисциплины обучающийся должен пройти рубежный контроль успеваемости в виде компьютерного тестирования.

Критерии оценки рубежного контроля:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если получено более 80% правильных ответов.
- оценка «хорошо» - получено от 71 до 80% правильных ответов.
- оценка «удовлетворительно» - получено от 60 до 70% правильных ответов.
- оценка «неудовлетворительно» - получено менее 60% правильных ответов.

5.3 Форма промежуточной аттестации – зачет.

Основные условия получения зачета.

Обучающийся выполнил все виды учебной работы (включая самостоятельную) и отчитался об их выполнении в сроки, установленные графиком учебного процесса по дисциплине. На проверку предъявляются: тексты и презентации докладов, сделанного на семинарском занятии, реферат. Учитываются также результаты тестирования.

Нарушивший график учебного процесса по любым причинам решает самостоятельно выполняет предусмотренные виды учебных работ, консультируясь с преподавателем, проходит электронное тестирование и получает «зачет».

КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Требование ФГОС

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, должна составлять не менее 70 процентов.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, должна быть не менее 50 процентов.

Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет), в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата, должна быть не менее 10 процентов.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Омский государственный аграрный университет имени П.А.Столыпина»**

Агротехнологический факультет

**ОПОП по направлению подготовки
35.04.04 Агрономия**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине**

Б1.В.ДВ.02.02 Стратегический маркетинг

Направленность «Устойчивое сельское хозяйство и развитие сельских территорий»

Обеспечивающая преподавание дисциплины кафедра -	Менеджмента и маркетинг	
Разработчик, канд. экон. наук, доцент		Е.В. Сухостав
Омск		

ВВЕДЕНИЕ

1. Фонд оценочных средств по дисциплине является обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины.

3. Фонд оценочных средств является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины.

4. При помощи ФОС осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины.

5. Фонд оценочных средств по дисциплине включает в себя: оценочные средства, применяемые для входного контроля; оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРС; оценочные средства, применяемые для текущего контроля и оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины.

6. Разработчиками фонда оценочных средств по дисциплине являются преподаватели кафедры менеджмента и маркетинга, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины в университете. Содержательной основой для разработки ФОС послужила Рабочая программа дисциплины.

1. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ
учебной дисциплины, персональный уровень достижения которых проверяется
с использованием представленных в п. 3 оценочных средств

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1			2	3	4
Рекомендуемые профессиональные компетенции					
ПК-10	Способен определить объемы производства отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка	ИД1 - Обладает способностью разрабатывать сбытовую политику организации, региона, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров экологических и региональных продуктов	Основы сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики	Выявлять возможности применения различных маркетинговых стратегий для реализации отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка	Выбора эффективных маркетинговых решений в области применения сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики
		ИД2 - Анализирует создание, поддержание или изменение мнений, намерений и поведения субъектов-потребителей территории посредством формирования и поддержания притягательности, престижа территории (места) в целом	Методы маркетинговых исследований	Проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации	Навыками реализации маркетинговых исследований

**ЧАСТЬ 2. ОБЩАЯ СХЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ХОДА И РЕЗУЛЬТАТОВ ИЗУЧЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общие критерии оценки и реестр применяемых оценочных средств

**2.1 Обзорная ведомость-матрица оценивания хода и результатов изучения учебной
дисциплины в рамках педагогического контроля**

Категория контроля и оценки		Режим контрольно-оценочных мероприятий				Комис- сионная оценка
		самооценка	взаимооценка	Оценка со стороны		
				преподавателя	представителя производства	
Входной контроль	1			Опрос		
Индивидуализация выполнения* , контроль фиксированных видов ВАРС:	2					
– Подготовка и сдача реферата	2.1			Проверка реферата		
– Самостоятельное изучение тем (вопросов)	2.2	Вопросы для самоконтроля		Опрос		
Текущий контроль:	3					
- в рамках практических (семинарских) занятий и подготовки к ним	3.1	Вопросы для самоконтроля (контрольные вопросы)	Обсуждение изученных тем в рамках дискуссий, обсуждения вопросов на семинарах	Опрос, проверка выполненных практических заданий на занятиях		
– в рамках общеуниверситетской системы контроля успеваемости	3.2					
Рубежный контроль:	4					
по итогам изучения разделов	4.1			Тестирование		
Промежуточная аттестация* по итогам изучения дисциплины	5			Зачет		
* данным знаком помечены индивидуализируемые виды учебной работы						

2.2 Общие критерии оценки хода и результатов изучения учебной дисциплины

1. Формальный критерий получения обучающимися положительной оценки по итогам изучения дисциплины:	
1.1 Предусмотренная программа изучения дисциплины обучающимся выполнена полностью до начала процесса промежуточной аттестации	1.2 По каждой из предусмотренных программой видов работ по дисциплине обучающийся успешно отчитался перед преподавателем, демонстрируя при этом должный (не ниже минимально приемлемого) уровень сформированности элементов компетенций
2. Группы неформальных критериев качественной оценки работы обучающегося в рамках изучения дисциплины:	
2.1 Критерии оценки качества хода процесса изучения обучающимся программы дисциплины (текущей успеваемости)	2.2. Критерии оценки качества выполнения конкретных видов ВАРС
2.3 Критерии оценки качественного уровня итоговых результатов изучения дисциплины	2.4. Критерии аттестационной оценки качественного уровня результатов изучения дисциплины

2.3 РЕЕСТР элементов фонда оценочных средств по учебной дисциплине

Группа оценочных средств	Оценочное средство или его элемент
	Наименование
1	2
1. Средства для входного контроля	Вопросы для проведения входного контроля
	Критерии оценки ответов на вопросы входного контроля
2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРС	Примерная тематика рефератов
	Этапы работы над рефератом
	Критерии оценки результатов выполнения реферата
3. Средства для текущего контроля	Вопросы для самостоятельного изучения темы
	Общий алгоритм самостоятельного изучения темы
	Критерии оценки самостоятельного изучения темы
	Вопросы для самоподготовки по темам семинарских занятий
	Критерии оценки самоподготовки по темам семинарских занятий
4. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины	Тестовые вопросы для проведения итогового контроля
	Критерии оценки ответов на тестовые вопросы итогового контроля

2.4 Описание показателей, критериев и шкал оценивания и этапов формирования компетенций в рамках дисциплины

2.4 Описание показателей, критериев и шкал оценивания и этапов формирования компетенций в рамках дисциплины								
Индекс и название компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				Не зачтено		Зачтено		
				Характеристика сформированности компетенции				
				Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	1. Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. 2. Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач. 3. Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач.			
Критерии оценивания								
ПК-10 Способен определить объемы производства отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка	ИД-1 _{пк}	Полнота знаний	Знает основы сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики	Не знает основы сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики	1. Поверхностно ориентируется в основах сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики 2. Свободно ориентируется в основах сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики 3. В совершенстве владеет основами сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики			Реферат, опрос, тестирование
		Наличие умений	Умеет выявлять возможности применения различных маркетинговых стратегий для реализации отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка	Не умеет выявлять возможности применения различных маркетинговых стратегий для реализации отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка	1. Поверхностно ориентируется в вопросах применения различных маркетинговых стратегий для реализации отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка 2. Свободно ориентируется в вопросах применения различных маркетинговых стратегий для реализации отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка 3. В совершенстве владеет основами применения различных маркетинговых стратегий для реализации отдельных видов растениеводческой продукции, исходя из потребностей рынка			
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области применения сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики	Не владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области применения сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики	1. Поверхностно владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области применения сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики 2. Свободно владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области применения сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики 3. В совершенстве владеет навыками выбора эффективных маркетинговых решений в области применения сбытовой, товарной, ценовой, коммуникационной политики			
	ИД-2 _{пк}	Полнота знаний	Знает методы маркетинговых исследований	Не знает методы маркетинговых исследований	1. Поверхностно знает методы маркетинговых исследований 2. Свободно ориентируется в методах маркетинговых исследований			Реферат, опрос, тестирование

					3. В совершенстве владеет методами маркетинговых исследований	
		Наличие умений	Умеет проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации	Не умеет проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации	1. Поверхностно ориентируется в вопросах сбора и анализа первичной маркетинговой информации 2. Свободно ориентируется в вопросах сбор и анализ первичной маркетинговой информации 3. В совершенстве умеет проводить сбор и анализ первичной маркетинговой информации	
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками реализации маркетинговых исследований	Не владеет навыками реализации маркетинговых исследований	1. Поверхностно владеет навыками реализации маркетинговых исследований 2. Свободно владеет навыками реализации маркетинговых исследований 3. В совершенстве владеет навыками реализации маркетинговых исследований	

ЧАСТЬ 3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций

Часть 3.1. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

3.1.1 . ВОПРОСЫ для проведения входного контроля

1. Дайте определение понятия «Рынок».
2. Дайте определение понятия «спрос» и его графическую интерпретацию.
3. Дайте определение понятия «предложение» и его графическую интерпретацию.
4. Дайте определение понятия «цена рыночного равновесия».
5. Дайте определение понятия «издержки производства».
6. Дайте определение понятия «себестоимость продукции» и методы ее определения.
7. Дайте определение понятия «глобализация экономики»
8. Внутренняя среда организации.
9. Внешняя среда организации.

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ответов на вопросы входного контроля

- оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, если вопрос раскрыт, во время дискуссии высказывается собственная точка зрения на обсуждаемую проблему, демонстрируется способность аргументировать доказываемые положения и выводы.

- оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся не способен доказать и аргументировать собственную точку зрения по вопросу, не способен ссылаться на мнения ведущих специалистов по обсуждаемой проблеме.

3.1.2 Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРС

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА рефератов

1. Стратегическое маркетинговое планирование фирмы (на примере конкретной фирмы)
2. Принципы и методы организации стратегического маркетинга (на примере конкретной фирмы)
3. Конкуренция и методы ее оценки при разработке стратегии развития фирмы
4. Анализ влияния окружающей среды маркетинга на рыночную деятельность фирмы
5. Принципы и методы анализа портфеля продукции
6. Матрица Ардур Д. Литл – роль и место в стратегическом маркетинге
7. Матрица Ансоффа – роль и место в стратегическом маркетинге
8. SWOT-анализ – роль и место в стратегическом маркетинге
9. Benchmarking – роль и место в стратегическом маркетинге
10. Методы анализа внутренней среды
11. Методы и анализа внешней среды
12. Принципы проведения анализа конкуренции с использованием модели М.Портера
13. Организация стратегического маркетингового планирования
14. Стратегический анализ как основа выбора стратегических альтернатив развития
15. Роль и место инструментов стратегического анализа и диагностики при разработке стратегии развития
16. Организация оценки альтернатив развития
17. Конкурентное преимущество как основа выбора маркетинговой стратегии
18. Базовые конкурентные стратегии: особенности их выбора
19. Стратегический маркетинг в малом бизнесе
20. Методология и организация стратегического анализа
21. Методы исследования поведения потребителей
22. Опыт анкетирования и интервьюирования при работе с потребителями
23. Использование стратегических моделей в деятельности фирмы
24. Моделирование в стратегическом маркетинге потребителей
25. Маркетинговый аудит как основа успешной стратегии
26. Стратегический маркетинг в АПК (на примере предприятия)

27. Стратегия специализации как основа успеха малой фирмы
28. Методы стратегического анализа при разработке стратегии развития
29. Стратегии роста как залог успеха малых и средних фирм
30. Стратегический и операционный маркетинг на фирме (на реальном примере)

Этапы работы над рефератом

Выбор темы. Очень важно правильно выбрать тему. Выбор темы не должен носить формальный характер, а иметь практическое и теоретическое обоснование.

Автор реферата должен осознанно выбрать тему с учетом его познавательных интересов или он может увязать ее с темой будущей магистерской работы. В этом случае магистранту предоставляется право самостоятельного (с согласия преподавателя) выбора темы реферата из списка тем, рекомендованных кафедрой по данной дисциплине (см. выше). При этом весьма полезными могут оказаться советы и обсуждение темы с преподавателем, который может оказать помощь в правильном выборе темы и постановке задач.

Если интересующая тема отсутствует в рекомендательном списке, то по согласованию с преподавателем обучающемуся предоставляется право самостоятельно предложить тему реферата, раскрывающую содержание изучаемой дисциплины. Тема не должна быть слишком общей и глобальной, так как небольшой объем работы (до 20 страниц) не позволит раскрыть ее.

При выборе темы необходимо учитывать полностью ее освещения в имеющейся научной литературе. Для этого можно воспользоваться тематическими каталогами библиотек и библиографическими указателями литературы, периодическими изданиями и ежемесячными указателями психолого - педагогической литературы, либо справочно-библиографическими ссылками изданий посвященных данной теме.

После выбора темы составляется список изданной по теме (проблеме) литературы, опубликованных статей, необходимых справочных источников.

Знакомство с любой научной проблематикой следует начинать с освоения имеющейся основной научной литературы. При этом следует сразу же составлять библиографические выходные данные (автор, название, место и год издания, издательство, страницы) используемых источников. Названия работ иностранных авторов приводятся только на языке оригинала.

Начинать знакомство с избранной темой лучше всего с чтения обобщающих работ по данной проблеме, постепенно переходя к узкоспециальной литературе.

На основе анализа прочитанного и просмотренного материала по данной теме следует составить тезисы по основным смысловым блокам, с пометками, собственными суждениями и оценками. Предварительно подобранный в литературных источниках материал может превышать необходимый объем реферата, но его можно использовать для составления плана реферата.

Составление плана. Автор по предварительному согласованию с преподавателем может самостоятельно составить план реферата, с учетом замысла работы, либо взять за основу рекомендуемый план, приведенный в данных методических указаниях по соответствующей теме. Правильно построенный план помогает систематизировать материал и обеспечить последовательность его изложения.

Наиболее традиционной является следующая структура реферата:

Титульный лист.

Оглавление (план, содержание).

Введение.

Глава 1 (полное наименование главы).

1.1. (полное название параграфа, пункта);

1.2. (полное название параграфа, пункта).

Глава 2 (полное наименование главы).

2.1. (полное название параграфа, пункта);

2.2. (полное название параграфа, пункта).

Заключение (или выводы).

Список использованной литературы.

Приложения (по усмотрению автора).

} Основная часть

Титульный лист заполняется по единой форме (Приложение 1).

Оглавление (план, содержание) включает названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

Введение. В этой части реферата обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цели работы и основные вопросы, которые предполагается раскрыть в реферате, указываются используемые материалы и дается их краткая характеристика с точки зрения полноты освещения избранной темы. Объем введения не должен превышать 1-1,5 страницы.

Основная часть реферата может быть представлена одной или несколькими главами, которые могут включать 2-3 параграфа (подпункта, раздела).

Здесь достаточно полно и логично излагаются главные положения в используемых источниках, раскрываются все пункты плана с сохранением связи между ними и последовательности перехода от одного к другому.

Автор должен следить за тем, чтобы изложение материала точно соответствовало цели и названию главы (параграфа). Материал в реферате рекомендуется излагать своими словами, не допуская дословного переписывания из литературных источников. В тексте обязательны ссылки на первоисточники, т.е. на тех авторов, у которых взят данный материал в виде мысли, идеи, вывода, числовых данных, таблиц, графиков, иллюстраций и пр.

Работа должна быть написана грамотным литературным языком. Сокращение слов в тексте не допускается, кроме общеизвестных сокращений и аббревиатуры. Каждый раздел рекомендуется заканчивать кратким выводом.

Заключение (выводы). В этой части обобщается изложенный в основной части материал, формулируются общие выводы, указывается, что нового лично для себя вынес автор реферата из работы над ним. Выводы делаются с учетом опубликованных в литературе различных точек зрения по проблеме рассматриваемой в реферате, сопоставления их и личного мнения автора реферата. Заключение по объему не должно превышать 1,5-2 страниц.

Приложения могут включать графики, таблицы, расчеты. Они должны иметь внутреннюю (собственную) нумерацию страниц.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература, периодические издания и электронные источники информации. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

Процедура оценивания

При аттестации бакалавра по итогам его работы над рефератом, руководителем используются критерии оценки качества **процесса подготовки реферата**, критерии оценки **содержания реферата**, критерии оценки **оформления реферата**, критерии оценки **участия обучающегося в контрольно-оценочном мероприятии**.

1. Критерии оценки содержания реферата: степень раскрытия темы; самостоятельность и качество анализа теоретических положений; глубина проработки, обоснованность методологической и методической программы исследования; качество анализа объекта и предмета исследования; проработка литературы при написании реферата.

2 Критерии оценки оформления реферата: логика и стиль изложения; структура и содержание введения и заключения; объем и качество выполнения иллюстративного материала; качество ссылок и списка литературы; общий уровень грамотности изложения.

3. Критерии оценки качества подготовки реферата: способность работать самостоятельно; способность творчески и инициативно решать задачи; способность рационально планировать этапы и время выполнения реферата, диагностировать и анализировать причины появления проблем при выполнении реферата, находить оптимальные способы их решения; дисциплинированность, соблюдение плана, графика подготовки диссертации; способность вести дискуссию, выстраивать аргументацию с использованием результатов исследований, демонстрация широты кругозора;

5. Критерии оценки участия бакалавра в контрольно-оценочном мероприятии: способность и умение публичного выступления с докладом; способность грамотно отвечать на вопросы;

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ результатов выполнения реферата

– оценка «отлично» по реферату присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность доклада и презентации;

– оценка «хорошо» по реферату присваивается при соответствии выше перечисленным критериям, но при наличии в содержании работы и ее оформлении небольших недочетов или недостатков в представлении результатов к защите;

– оценка «удовлетворительно» по реферату присваивается за неполное раскрытие темы, выводов и предложений, носящих общий характер, отсутствие наглядного представления работы и затруднения при ответах на вопросы;

– оценка «неудовлетворительно» по реферату присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, несамостоятельность изложения материала, выводы и предложения, носящие общий характер, отсутствие наглядного представления работы и ответов на вопросы.

Оценка по реферату расписывается преподавателем в оценочном листе.

3.1.3 Средства для текущего контроля

ВОПРОСЫ для самостоятельного изучения темы

Раздел 1. Понятие конкурентоспособности фирмы и маркетинговые стратегии

1. Современные направления маркетинга
2. Основные товарные стратегии маркетинга
3. Основные ценовые стратегии маркетинга
4. Основные сбытовые стратегии маркетинга
5. Основные коммуникационные стратегии
6. Особенности маркетинговых стратегии в АПК

Раздел 2. Стратегии взаимодействия с потребителями и маркетинговые исследования потребителей

1. Этапы проведения маркетингового исследования
2. Анкетная форма сбора первичной информации
3. Маркетинговые исследования в АПК

ОБЩИЙ АЛГОРИТМ самостоятельного изучения темы

1) Ознакомиться с рекомендованной учебной литературой и электронными ресурсами по теме (ориентируясь на вопросы для самоконтроля).
2) На этой основе составить развёрнутый план изложения темы
3) Выбрать форму отчетности конспектов (план – конспект, текстуальный конспект, свободный конспект, конспект – схема)
2) Оформить отчётный материал в установленной форме в соответствии методическими рекомендациями
3) Провести самоконтроль освоения темы по вопросам, выданным преподавателем
4) Предоставить отчётный материал преподавателю по согласованию с ведущим преподавателем
5) Подготовиться к предусмотренному контрольно-оценочному мероприятию по результатам самостоятельного изучения темы
6) Принять участие в указанном мероприятии, пройти рубежное тестирование по разделу на аудиторном занятии и заключительное тестирование в установленное для внеаудиторной работы время

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ самостоятельного изучения темы

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся оформил отчетный материал в виде доклада на основе самостоятельного изученного материала, смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы.

- оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся на основе самостоятельного изученного материала, не смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы. Затрудняется решать практические задачи.

ВОПРОСЫ для самоподготовки к семинарским занятиям

В процессе подготовки к семинарскому занятию обучающийся изучает представленные ниже вопросы по темам. На занятии обучающийся демонстрирует свои знания по изученным вопросам в форме устного ответа.

Тема 1: Типовые маркетинговые стратегии

1. Характеристика основных маркетинговых стратегий
2. Вопросы практического применения маркетинговых стратегий

Тема 2: Разработка маркетинговой стратегии компании

1. Процесс разработки маркетинговой стратегии компании
2. Оценка эффективности маркетинговых решений

Тема 3: Маркетинговые исследования потребителей

1. Направления исследований потребителя
2. Методы сбора и анализа первичной информации

Шкала и критерии оценивания самоподготовки по темам семинарских занятий

- оценка «зачтено» выставляется, если обучающийся на основе самостоятельного изученного материала, смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы. Владеет методиками при решении практических задач.
- оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся не смог всесторонне раскрыть теоретическое содержание темы. Затрудняется решать практические задачи.

3.1.4. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины

Тестовые вопросы для проведения итогового контроля

1. Корпоративные стратегии маркетинга – это...
 - а) стратегии сегментации;
 - б) конкурентные стратегии;
 - в) стратегии формирования комплекса маркетинга;
 - г) стратегии роста;
 - д) ценовые стратегии;
 - е) портфельные стратегии.
2. Барьеры входа в отрасль для потенциальных конкурентов
 - а) сила “имиджа марки”;
 - б) возможность получения кредитов;
 - в) эффект масштаба;
 - г) доступ к сбытовым сетям;
 - д) хорошая информационная среда;
 - е) издержки перехода;
 - ж) разнообразие источников ресурсов.
3. Главное преимущество крупного предприятия...
 - а) способность быстрой адаптации к требованиям рынка;
 - б) возможность снижения цен;
 - в) нишевая специализация;
 - г) возможность диверсификации производства;
 - д) возможность осуществления массового стандартизованного производства.
4. Стратегия лидерства за счет экономии на издержках предполагает
 - а) наличие организационного и производственного “ноу-хау”;
 - б) наличие “ноу-хау” в области маркетинга;
 - в) повышение средней цены продукции;
 - г) при сокращении затрат не остаются без внимания улучшение качества и сервиса;
 - д) исследование покупательского поведения.
5. Стратегия “развитие рынка” по матрице Ансоффа предполагает...
 - а) выход на новые территориальные рынки;
 - б) увеличение доли рынка;
 - в) привлечение покупателей от конкурентов;
 - г) разработка нового товара;
 - д) выход на новые потребительские сегменты;
 - е) выход на новые сбытовые сети.
6. Анализ маркетинговых возможностей предприятия предполагает...
 - а) маркетинговое планирование;
 - б) управление маркетингом;
 - в) ситуационный анализ;
 - г) контроль плана маркетинга;
 - д) STEP –анализ;

е) SWOT – анализ.

7. Товары, относящиеся по матрице БКГ к “Дойным коровам”, характеризуются следующим

- а) высокий потенциал роста/ большая доля на рынке;
- б) высокий потенциал роста/ небольшая доля на рынке;
- в) слабый потенциал роста/ небольшая доля на рынке;
- г) слабый потенциал роста/ большая доля на рынке.

8. Стратегия дифференциации предполагает...

- а) уменьшение расходов на рекламу;
- б) наличие «ноу-хау» в области маркетинга;
- в) отличие товара предприятия от товара конкурентов;
- г) неповторимость товара с точки зрения потребителей;
- д) постоянное снижение издержек производства;
- е) сокращение расходов на продвижение товара.

9. Стратегия малого предприятия, направленная на использование преимуществ крупного предприятия, предполагает...

- а) выпуск оригинального товара;
- б) выпуск товара, подобного товару крупного предприятия;
- в) симбиоз с крупным предприятием;
- г) невозможность роста;
- д) независимая от крупного предприятия форма существования;
- е) использование франчайзинга.

10. Недостатки матрицы БКГ

- а) использует количественно измеряемые показатели;
- б) применима только в отраслях с массовым производством;
- в) исходит лишь из понятия “внутреннего” конкурентного преимущества, не учитывая “внешнее” конкурентное преимущество;
- г) матрица теряет смысл, если отсутствует возможность роста;
- д) позволяет структурировать проблемы;
- е) не является наглядной и выразительной.

11. Необходимые предпосылки стратегии дифференциации

- а) известность предприятия;
- б) глубокие исследования рынка;
- в) большая доля рынка;
- г) снижение издержек на производство единицы товара;
- д) снижение расходов на исследования;
- е) учет соотношения «цена + качество».

12. Факторы стратегического роста предприятия...

- а) конкурентные стратегии;
- б) гибкая адаптация к рыночным условиям;
- в) потребительские признаки товара;
- г) демографические признаки потребителей;
- д) применение инструментов ценообразования;
- е) капиталовложения.

13. Матрица SWOT

- а) помогает в разработке дальнейшей стратегии предприятия;
- б) оценивает преимущества и недостатки предприятия;
- в) оценивает возможности и опасности рынка;
- г) характеризует внешнюю среду предприятия;
- д) характеризует микросреду.

14. Базовые стратегии (по М.Портеру) - это стратегии...

- а) дифференциации;
- б) интеграции “вперед”;
- в) интеграции “назад”;
- г) горизонтальной интеграции;
- д) лидерства по издержкам.

15. Стратегия "лидерства в нише" связана с...

- а) фокусированием ценового преимущества на всем рынке;
- б) фокусированием товарного преимущества на узком сегменте рынка;
- в) фокусированием ценового преимущества на узком сегменте рынка;
- г) отсутствием привлечения внимания более сильных конкурентов;
- д) фокусированием товарного преимущества на всем рынке.

16. Показатель "привлекательность рынка" (по матрице Мак Кинзи) определяется факторами

- а) возможности производства;
- б) размер рынка и возможности его роста;
- в) состояние конкуренции;
- г) барьеры выхода на рынок;
- д) финансовое положение;
- е) уровень цен;
- ж) конкурентоспособность цены;
- з) образ на рынке;
- и) правовые ограничения.

17. Главное преимущество малого предприятия...

- а) способность быстрой адаптации к требованиям рынка;
- б) малый размер;
- в) возможность конкурентной борьбы с крупными предприятиями;
- г) массовое производство товаров.

18. Стратегический маркетинг предполагает контроль...

- а) финансовых результатов;
- б) эффективности рекламных кампаний;
- в) выполнение плана прибыли за ряд лет;
- г) кадровой политики;
- д) достижения долговременных целей.

19. Основные факторы оценки конкурентоспособности предприятия – это...

- а) доля на рынке;
- б) наличие инновационных технологий;
- в) уровень технической оснащенности;
- г) наличие базовых технологий;
- д) наличие матричной структуры управления.

20. Основа конкурентной сегментации – это...

- а) нахождение ниши, не занятой конкурентами;
- б) сегмент рынка;
- в) позиционирование;
- г) дифференциация;
- д) макросегментация.

9.3.1 ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

ответов на тестовые вопросы тестирования по итогам освоения дисциплины

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если получено более 80% правильных ответов.
- оценка «хорошо» - получено от 71 до 80% правильных ответов.
- оценка «удовлетворительно» - получено от 60 до 70% правильных ответов.
- оценка «неудовлетворительно» - получено менее 60% правильных ответов.

ЛИСТ РАССМОТРЕНИЙ И ОДОБРЕНИЙ
Фонд оценочных средств учебной дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 Стратегический маркетинг в АПК
в составе ОПОП по направлению подготовки
35.04.04 Агрономия

1. Рассмотрен и одобрен:	
а) На заседании обеспечивающей преподавание кафедры <u>исследования и маркетинга</u> (наименование кафедры)	
протокол № <u>9</u> от <u>22.05.2019</u> . Зав. кафедрой, <u>каанд. экон. наук доцент</u>  <u>Е. Н. Асташева</u>	
б) На заседании методической комиссии по направлению 35.04.04 Агрономия;	
протокол № <u>10</u> от <u>18.06.2019</u> . Председатель МКН – 35.04.04, к.с.-х.н., доцент.  <u>Калошин А.А.</u>	
2. Рассмотрение и одобрение представителями профессиональной сферы по профилю ОПОП:	
Директор ООО «Агропродукт»  Рыкалин Е.В.	

ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ
к фонду оценочных средств учебной дисциплины

Ведомость изменений

Срок, с которого вводится изменение	Номер и основное содержание изменения и/или дополнения	Отметка об утверждении/согласовании изменений	
		инициатор изменения	руководитель ОПОП или председатель МКН

**ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ
к рабочей программе дисциплины
в составе ОПОП 35.04.04 Агрономия**

Ведомость изменений

№ п/п	Вид обновлений	Содержание изменений, вносимых в ОПОП	Обоснование изменений
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			