

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Саратовский университет
Дата подписания: 14.04.2023 19:50:45
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e565ab07f01a1ba2172f735a13

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Саратовский государственный аграрный университет имени Н. И. Вавилова»

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
/Воротников И.Л./
« 20 » 05 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
/Дудникова Е.Б./
« 21 » 05 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина	Стратегический маркетинг в АПК
Направление подготовки / специальность	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	Маркетинг и рыночная аналитика в АПК
Квалификация выпускника	Бакалавр
Нормативный срок обучения	4 года
Форма обучения	Очно-заочная

Разработчик(и): доцент, Власова О.В.

(подпись)

Саратов 2021

1. Цель освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Стратегический маркетинг в АПК» является формирование у обучающихся практических навыков стратегического позиционирования, разработки и выбора маркетинговой стратегии с учетом особенностей маркетинговой среды предприятий АПК.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело дисциплина «Стратегический маркетинг в АПК» относится к обязательной части Блока 1.

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующей дисциплиной: «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Менеджмент», «Международный маркетинг в АПК», «Анализ и прогнозирование конъюнктуры рынков АПК».

Дисциплина «Стратегический маркетинг в АПК» является базовой для дисциплин «Коммерческая деятельность», «Интернет-маркетинг», «Маркетинговые коммуникации», «Рекламная деятельность», «Управление продажами в АПК», «Управление маркетинговой деятельностью предприятия АПК», «Международная торговля», «Маркетинг инноваций в АПК», «Проектная деятельность в маркетинге», «Конкурентоспособность продовольственных товаров», «Конкурентоспособность сельскохозяйственного сырья», «Бенчмаркинг в АПК», прохождения преддипломной практики, а также подготовки и защиты выпускной квалификационной работы.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижениями компетенций

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы достижения компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1	2	3	4	5	6	7
1	ПК-1	Способен анализировать показатели конкурентоспособности предприятий АПК и привлекательность их потенциальных рынков сбыта, количественные и качественные требования к производственным ресурсам, оценивать рациональность их использования, моделировать производственно-экономические и бизнес-процессы для оценки эффективности деятельности предприятий АПК	ПК-1.1 – Анализирует стратегическую привлекательность рынков сбыта и конкурентоспособность предприятий АПК с использованием современных методов стратегического маркетинга;	<i>стратегии маркетинга и факторов, влияющих на запланированный объем прибыли</i>	<i>выявлять степень влияния факторов на результативный показатель для разработки стратегий маркетинга.</i>	<i>навыками разработки стратегий маркетинга с целью обеспечения запланированного объема прибыли</i>
2	ПК-6	Способен разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинговой деятельности предприятия, исходя из конкретных условий	ПК-6.1 – Обосновывает ключевые показатели эффективности в работе с клиентами и на рынке, разрабатывает стратегический план маркетинговой деятельности предприятия	<i>ключевые показатели эффективности предприятия агробизнеса</i>	<i>планировать производственную деятельность предприятия агробизнеса</i>	<i>навыками разработки стратегического плана производственной деятельности предприятия агробизнеса и</i>

	рынка, инструментов комплекса маркетинга и стратегических целей предприятий АПК	АПК			<i>стратегической карты ключевых показателей его эффективности</i>
--	--	-----	--	--	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 2

		Объем дисциплины							
		Количество часов							
		Всего	в т.ч. по семестрам						
1	2		3	4	5	6	7	8	
Контактная работа – всего, в т.ч.:	72,2						72,2		
<i>аудиторная работа</i>	72						72		
лекции	36						36		
лабораторные	-						-		
практические	36						36		
<i>промежуточная аттестация</i>	0,2						0,2		
<i>контроль</i>	17,8						17,8		
Самостоятельная работа	54						54		
Форма итогового контроля	Э						Э		
Курсовой проект (работа)	+						+		

Таблица 3

Структура и содержание дисциплины

№ п/п	Тема занятия. Содержание	Неделя семестра	Контактная работа			Самостоятельная работа	Контроль знаний	
			Вид занятия	Форма проведения	Количество часов		Количество часов	Вид
1	2	3	4	5	6	7	8	9
6 семестр								
1.	Содержание и особенности стратегического маркетинга в АПК. Элементы маркетинга. Стратегия маркетинга. Управление маркетингом	1	Л	Т	2	-	ТК	УО
2.	Содержание и особенности стратегического маркетинга в АПК.	1	ПЗ	Т	2	2	ВК	ПО
3.	Структура системы стратегического маркетинга в АПК. Внешняя среда системы: микросреда, инфраструктура региона, микросреда организации. Подсистема научного сопровождения системы. Целевая подсистема. Обеспечивающая подсистема: правовое обеспечение, методическое обеспечение, ресурсное обеспечение, информационное обеспечение. Управляемая подсистема: повышение качества товаров, ресурсосбережение, повышение качества сервиса товаров, развитие производства, расширение рынка сбыта товаров. Управляющая подсистема	2	Л	Т	2	-	ТК	УО
4.	Структура системы стратегического маркетинга в АПК.	2	ПЗ	Т	2	2	ТК	ПО
5.	Целеполагание в стратегическом маркетинге. Исследование рынков как базис целеполагания. Иерархия целей. Критерии модели SMART. Типичные ошибки при постановке целей. Основные категории разработки цели: Характеристика, Функции, Требования, Стадия жизненного цикла механизма, Принципы, Классификация	3	Л	Т	2	-	ТК	УО
6.	Целеполагание в стратегическом маркетинге.	3	ПЗ	Т	2	2	ТК	ПО
7.	Содержание стратегической маркетинговой деятельности. SWOT-анализ. Основные компоненты SWOT-анализа. Компоненты и факторы стратегического маркетинга.	4	Л	Т	2	-	ТК	УО
8.	Содержание стратегической маркетинговой деятельности.	4	ПЗ	Т	2	2	ТК	ПО
9.	Специфика и технологии проведения отраслевого анализа в агробизнесе. Особенности разработки и реализации проектов и программ в отраслях агробизнеса. Модели комплекса агробизнеса. Цели, специфика анализа, информационная база.	5	Л	В	2	-	ТК	УО
10.	Специфика и технологии проведения отраслевого анализа в агробизнесе.	5	ПЗ	Т	2	2	РК	УО
11.	Стратегическое позиционирование предприятия АПК. Стратегия позиционирования. Виды позиционирования. Школа позиционирования. Особенности позиционирования предприятия АПК.	6	Л	Т	2	-	ТК	УО

1	2	3	4	5	6	7	8	9
6 семестр								
12.	Стратегическое позиционирование предприятия АПК.	6	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
13.	Формирование и усиление конкурентных преимуществ предприятия АПК. Факторы повышения конкурентоспособности продукции предприятия АПК. Поэтапная разработка стратегии повышения конкурентоспособности предприятия АПК. Выбор и разработка конкурентной стратегии. Эволюция конкурентных возможностей предприятий АПК. Формирование конкурентных преимуществ предприятия.	7	Л	Т	2	-	ТК	УО
14.	Формирование и усиление конкурентных преимуществ предприятия АПК	7	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
15.	Конкурентные и рыночные стратегии предприятий АПК. Конкурентные преимущества и основные направления для их достижения. Механизм разработки и реализации конкурентной стратегии предприятий АПК. Общая конкурентная матрица	8	Л	Т	2	-	ТК	УО
16.	Конкурентные и рыночные стратегии предприятий АПК.	8	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
17.	Конкурентные позиции. Рыночные стратегии лидеров. Стратегии претендентов на лидерство. Частные атакующие стратегии. Стратегии последователей. Стратегии для обитателей ниш. Рыночные стратегии на различных рынках	9	Л	Т	2	-	ТК	УО
18.	Выбор и разработка стратегии предприятия АПК	9	ПЗ	Т	2	2	ТК	ПО
19.	Виды маркетинговых стратегий. Стратегии концентрированного роста: Стратегия усиления позиций на рынке. Стратегия развития рынка. Стратегия развития продукта.	10	Л	Т	2	-	ТК	УО
20.	Стратегии концентрированного роста	10	ПЗ	Т	2	2	ТК	ПО
21.	Стратегии интегрированного роста: Стратегия обратной вертикальной интеграции. Стратегия вперед идущей вертикальной интеграции.	11	Л	Т	2	-	ТК	УО
22.	Стратегии интегрированного роста	11	ПЗ	Т	2	2	ТК	ПО
23.	Стратегии диверсифицированного роста: Стратегия концентрической диверсификации. Стратегия горизонтальной диверсификации. Стратегия конгломеративной диверсификации.	12	Л	Т	2	-	ТК	УО
24.	Стратегии диверсифицированного роста	12	ПЗ	Т	2	2	ТК	ПО
25.	Стратегии целенаправленного сокращения: Стратегия ликвидации. Стратегия «сбора урожая». Стратегия сокращения. Стратегия сокращения расходов.	13	Л	Т	2	-	ТК	УО
26.	Стратегии целенаправленного сокращения	13	ПЗ	Т	2	2	ТК	ПО
27.	Стратегии доли рынка: Стратегии лидера. Стратегии «бросающего вызов». Стратегии «следующего за лидером». Стратегии «следующего за лидером»	14	Л	Т	2	-	ПК	УО
28.	Стратегии доли рынка	14	ПЗ	Т	2	2	ТК	ПО
29.	Маркетинговые стратегии: инструменты разработки. Методы и инструменты разработки маркетинговой стратегии предприятия. Последовательность разработки маркетинговых стратегий. Матрица Бостонской группы. Двумерная матрица Джи-И-Маккензи. Матрица И. Ансоффа.	15	Л	Т	2	-	ТК	УО
30.	Маркетинговые стратегии: инструменты разработки.	15	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
31.	Содержание маркетинговой стратегии как документа. Стратегические планы маркетинга.	16	Л	Т	2	-	ТК	УО

1	2	3	4	5	6	7	8	9
6 семестр								
	Аннотация для руководства, текущая маркетинговая ситуация, опасности и возможности, цели маркетинга, стратегии маркетинга, программы действий, бюджет маркетинга и контроль. Проверка стратегического плана маркетинга.							
32.	Содержание маркетинговой стратегии как документа	16	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
33.	Выбор и оценка маркетинговой стратегии предприятия АПК. Факторы выбора маркетинговой стратегии. Оценка выбранной стратегии по критериям ее соответствия.	17	Л	В	2	-	ТК	УО
34.	Выбор и оценка маркетинговой стратегии предприятия АПК.	17	ПЗ	Т	2	2	ТК	ПО
35.	Реализация маркетинговой стратегии и стратегическая карта ключевых показателей эффективности. Проблемы постановки стратегического маркетинга в АПК.	18	Л	Т	2	-	ТК	УО
36.	Реализация маркетинговой стратегии и стратегическая карта ключевых показателей эффективности. Проблемы постановки стратегического маркетинга в АПК	18	ПЗ	Т	2	2	РК	ПО
	Курсовой проект					18	ТК	КП
	Выходной контроль				0,2		Вых. К	Э
Итого:					72,2	54		

Примечание:

Условные обозначения:

Виды аудиторной работы: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие.

Формы проведения занятий: В – лекция-визуализация, Т – лекция/занятие, проводимое в традиционной форме.

Виды контроля: ВК – входной контроль, ТК – текущий контроль, РК – рубежный контроль, КП – курсовой проект, ВыхК – выходной контроль.

Форма контроля: УО – устный опрос, ПО – письменный опрос, Э – экзамен.

5. Образовательные технологии

Организация занятий по дисциплине «Стратегический маркетинг в АПК» проводится по видам учебной работы: лекции, практические занятия, текущий контроль.

Реализация компетентностного подхода в рамках направления подготовки 38.03.06 Торговое дело предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации. Основные моменты лекционных занятий конспектируются.

Целью практических занятий является выработка практических навыков работы с базами данных для разработки проектов.

Для достижения этих целей используются как традиционные формы работы – решение задач, так и интерактивные методы – лекция-визуализация.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих решение задач.

Самостоятельная работа осуществляется в индивидуальном и групповом формате. Самостоятельная работа выполняется обучающимися на основе учебно-методических материалов дисциплины (приложение 2). Самостоятельно изучаемые вопросы курса включаются в вопросы выходного контроля (экзамена).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература (библиотека СГАУ)

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или кол-во экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п. 4, таб. 3)
1	2	3	4	5
1.	Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. - 2-е изд., перераб. и доп. https://znanium.com/catalog/product/1021445	Наумов, В. Н.	М.: ИНФРА-М, 2020. — 356 с.	1 – 18
2.	Стратегический маркетинг для магистров : учебник / под общ. ред. О.Н. Жильцовой.	Кол. авторов	М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 316 с.	1-18

б) дополнительная литература

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или кол-во экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п. 4, таб. 3)
1	2	3	4	5
1.	Стратегический маркетинг: Учебное пособие. - https://znanium.com/catalog/product/924980	Кол. авторов	М.: Альпина Пабли., 2016. - 224 с.	1 – 18
2.	Стратегический маркетинг: учебник / Е.С. Жук, Н.П. Кетова. - https://znanium.com/catalog/product/550613	Жук, Е. С.	Ростов н/Д: Издательство ЮФУ, 2011. - 204 с.	1 – 18

в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Для освоения дисциплины рекомендуются следующие сайты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Административно-управленческий портал – Режим доступа:

<http://www.aup.ru/books/i002.htm>

2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – Режим доступа:

<http://elibrary.ru>

3. Образовательные ресурсы Интернета. Экономика. Режим доступа: <http://www.alleng.ru/edu/econom5.htm>

г) периодические издания

1. Интернет-Маркетинг – Режим доступа: <http://www.internet-marketing.ru/>

2. Маркетинг и маркетинговые исследования – Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=10303>

3. Дайджест «Бизнес-коммуникации: маркетинг, реклама, PR» - Режим доступа: <https://biz-digest.ru/marketing/?yclid=2389091941971437616>

д) информационные справочные системы и профессиональные базы данных

Для пользования стандартами и нормативными документами рекомендуется применять информационные справочные системы и профессиональные базы данных, доступ к которым организован библиотекой университета через локальную вычислительную сеть.

Для пользования электронными изданиями рекомендуется использовать следующие информационные справочные системы и профессиональные базы данных:

1. Электронная библиотечная система «Лань» <http://e.lanbook.com>.

Электронная библиотека издательства «Лань» – ресурс, включающий в себя как электронные версии книг издательства «Лань», так и коллекции полнотекстовых файлов других российских издательств. После регистрации с компьютера университета – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

2. «Университетская библиотека ONLINE» <http://www.biblioclub.ru>.

Электронно-библиотечная система, обеспечивающая доступ к книгам, конспектам лекций, энциклопедиям и словарям, учебникам по различным областям научных знаний, материалам по экспресс-подготовке к экзаменам. После регистрации с компьютера университета – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. <http://elibrary.ru>.

Российский информационный портал в области науки, медицины, технологии и образования. На платформе аккумулируются полные тексты и рефераты научных статей и публикаций. Доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет. Свободная регистрация.

4. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». <http://window.edu.ru>.

Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных Интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования. Доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

5. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>.

Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт». Учебники и учебные пособия от ведущих научных школ. Тематика: «Бизнес. Экономика»,

«Гуманитарные и общественные науки», «Естественные науки», «Информатика», «Прикладные науки. Техника», «Языкознание. Иностранные языки». Доступ - после регистрации с компьютера университета с любого компьютера, подключенного к Internet.

6. Поисковая система [Google](https://www.google.ru/). Режим доступа: <https://www.google.ru/>
8. Поисковая система [Mail.ru](https://mail.ru/). Режим доступа: <https://mail.ru/>
9. Поисковая система [Рамблер](https://www.rambler.ru/). Режим доступа: <https://www.rambler.ru/>
10. Поисковая система [Яндекс](https://www.yandex.ru/). Режим доступа: <https://www.yandex.ru/>

е) информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса:

К информационным технологиям, используемым при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, относятся:

- персональные компьютеры, посредством которых осуществляется доступ к информационным ресурсам и оформляются результаты самостоятельной работы;
 - проекторы и экраны для демонстрации слайдов мультимедийных лекций;
 - активное использование средств коммуникаций (электронная почта, тематические сообщества в социальных сетях и т.п.).
- программное обеспечение:

Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы (расчетная, обучающая, контролирующая, вспомогательная)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Все темы дисциплины	Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmс Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов Сублицензионный договор №201201/КЛ/Л/44-208 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем по адресу: г. Саратов, ул. Советская, 60 от 01.12.2020 г.	вспомогательная
	Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов. Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.	вспомогательная

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для проведения занятий лекционного и семинарского типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации необходимы аудитории с меловыми или маркерными досками, достаточным

количеством посадочных мест и освещенностью. Для использования медиаресурсов необходимы проектор, экран, компьютер или ноутбук, по возможности – частичное затемнение дневного света.

Для проведения лекционных, практических занятий и контроля самостоятельной работы по дисциплине «Стратегический маркетинг в АПК» кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» имеются аудитории № 324, 410.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся (читальные залы библиотеки) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8. Оценочные материалы

Оценочные материалы, сформированные для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Стратегический маркетинг в АПК», разработан на основании следующих документов:

- Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);
- приказа Минобрнауки РФ от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Оценочные материалы представлены в приложении 1 к рабочей программе дисциплины и включают в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы представлен в приложении 2 к рабочей программе по дисциплине «Стратегический маркетинг в АПК».

10. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины «Стратегический маркетинг в АПК»

Методические указания по изучению дисциплины «Стратегический маркетинг в АПК» включают в себя:

1. Краткий курс лекций.

Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК»

«20» мая 2021 года (протокол № 10).

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Стратегический маркетинг в АПК»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Стратегический маркетинг в АПК» на 2022/2023 учебный год:

1. В связи с переименованием университета рабочую программу дисциплины «Стратегический маркетинг в АПК», разработанную и утвержденную в федеральном государственном образовательном учреждении высшего образования «Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова (ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ) считать рабочей программой дисциплины федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии имени Н.И. Вавилова» (ФГБОУ ВО Вавиловский университет) на основании решения Ученого совета университета от 30.08.2022 протокол №1.

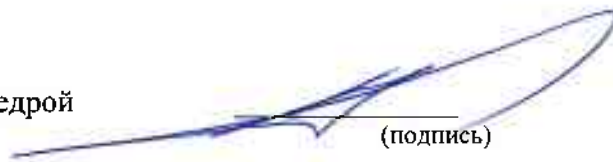
2. Обновлены экзаменационные билеты.

3. Дополнена основная литература в п.5 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»:

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или количество экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п.4, таб.3)
1	2	3	4	5
1.	Учебно-методическое пособие по изучению дисциплины "Стратегический маркетинг" : учебно-методическое пособие — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/165632	Бургат, В. В.	Омск : ОмГУПС, 2020. — 25 с.	Все разделы

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Стратегический маркетинг в АПК» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «31» августа 2022 года (протокол № 1).

Заведующий кафедрой



(подпись)

И.Л. Воротников

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Стратегический маркетинг в АПК»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Стратегический маркетинг в АПК» на 2021/2022 учебный год:

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

е) информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса:

- программное обеспечение:

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы	Сведения об обновлении лицензионного программного обеспечения
1	Все темы дисциплины	<i>Вспомогательное программное обеспечение:</i> Сопровождение экземпляров систем КонсультантПлюс: Справочная Правовая Система КонсультантПлюс Исполнитель: ООО «Компания Консультант», г. Саратов Договор сопровождения экземпляров систем КОНСУЛЬТАНТ ПЛЮС № 0058-2021/223-4 от 31.12.2020 г. Срок действия договора: 01 января – 30 июня 2021 года.	Вспомогательная	<i>Вспомогательное программное обеспечение:</i> Сопровождение экземпляров систем КонсультантПлюс: Справочная Правовая Система КонсультантПлюс Исполнитель: ООО «Компания Консультант», г. Саратов Договор сопровождения экземпляров систем КОНСУЛЬТАНТ ПЛЮС № 0058-2021/223-673 от 01.07.2021 г. Срок действия договора: 01 июля – 31 декабря 2021 года.
2	Все темы дисциплины	<i>Вспомогательное программное обеспечение:</i> Предоставление экземпляров текущих версий специальных информационных массивов электронного периодического справочника «Система ГАРАНТ». Исполнитель – ООО «Сервисная Компания «Гарант-Саратов», г. Саратов. Договор об оказании информационных услуг № С-3561/223-3 от 31.12.2020 г. Срок действия договора: 01 января – 30 июня 2021 года.	Вспомогательная	<i>Вспомогательное программное обеспечение:</i> Предоставление экземпляров текущих версий специальных информационных массивов электронного периодического справочника «Система ГАРАНТ». Исполнитель – ООО «Сервисная Компания «Гарант-Саратов», г. Саратов. Договор об оказании информационных услуг № С-3664/223-672 от 01.07.2021 г. Срок действия договора: 01 июля – 31 декабря 2021 года.

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Стратегический маркетинг в АПК» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «01» июля 2021 года (протокол № 12-А).

Заведующий кафедрой



(подпись)

И.Л. Воротников

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Стратегический маркетинг в АПК»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Стратегический маркетинг в АПК» на 2021/2022 учебный год:

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

е) информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса:

- программное обеспечение:

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы	Сведения об обновлении лицензионного программного обеспечения
1	Все темы дисциплины	<i>Вспомогательное программное обеспечение:</i> Сопровождение экземпляров систем Консультант Плюс: Справочная Правовая Система Консультант Плюс Исполнитель: ООО «Компания Консультант», г. Саратов Договор сопровождения экземпляров систем КОНСУЛЬТАНТ ПЛЮС № 0058-2021/223-673 от 01.07.2021 г. Срок действия договора: 01 июля – 31 декабря 2021 года.	Вспомогательная	<i>Вспомогательное программное обеспечение:</i> Сопровождение экземпляров систем Консультант Плюс: Справочная Правовая Система Консультант Плюс Исполнитель: ООО «Компания Консультант», г. Саратов Договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс № 0058/223-8 от 11.01.2022 г. Срок действия договора: 1 января 2022 г. - 30 июня 2022 г.
2	Все темы дисциплины	<i>Вспомогательное программное обеспечение:</i> Предоставление экземпляров текущих версий специальных информационных массивов электронного периодического справочника «Система ГАРАНТ». Исполнитель – ООО «Сервисная Компания «Гарант-Саратов», г. Саратов. Договор об оказании информационных услуг № С-3664/223-672 от 01.07.2021 г. Срок действия договора: 01 июля – 31 декабря 2021 года.	Вспомогательная	<i>Вспомогательное программное обеспечение:</i> Предоставление экземпляров текущих версий специальных информационных массивов электронного периодического справочника «Система ГАРАНТ». Исполнитель – ООО «Сервисная Компания «Гарант-Саратов», г. Саратов. Договор об оказании информационных услуг № С-3707/223-11 от 11 января 2022 г. Срок действия договора: 1 января 2022 г. - 30 июня 2022 г.

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Стратегический маркетинг в АПК» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «11» января 2022 года (протокол №6А).

Заведующий кафедрой

(подпись)

И.Л. Воротников

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Стратегический маркетинг в АПК»**


Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины
«Стратегический маркетинг в АПК» на 2021/2022 учебный год:

Сведения об обновлении лицензионного программного обеспечения

Наименование программы	Примечание
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.</p>	<p>Срок действия контракта истек</p>
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-133/2021/223-1205 от 09.11.2021 г.</p>	<p>Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2022 г.)</p>
<p>Microsoft Office</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 201201/КЛ/Л/44-208 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем по адресу: г. Саратов, ул. Советская, 60 от 01.12.2020 г.</p>	<p>Срок действия контракта истекает 31.12.2021 г.</p>
<p>Microsoft Office</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № АЭ-030 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем от 15.12.2021 г.</p>	<p>Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2022 г.)</p>

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Стратегический маркетинг в АПК» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «15» декабря 2021 года (протокол № 5А).

Заведующий кафедрой


(подпись)

И.Л. Воротников