

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«ИВАНОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ  
АКАДЕМИЯ ИМЕНИ Д.К. БЕЛЯЕВА»

ФАКУЛЬТЕТ АГРОТЕХНОЛОГИЙ И АГРОБИЗНЕСА

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
(МОДУЛЯ)**

**«Маркетинг»**

Направление подготовки / специальность	<b>35.03.04 Агрономия</b>		
Профиль / специализация	<b>Агрономия</b>		
Уровень образовательной программы	<b>Бакалавриат</b>		
Форма обучения	<b>Заочная</b>		
Трудоемкость дисциплины, ЗЕТ	<b>2</b>		
Трудоемкость дисциплины, час.	<b>72</b>		
<b>Распределение часов дисциплины по видам работы:</b>	<b>Виды контроля:</b>		
Аудиторная работа – всего	14	Экзамены	
в т.ч. лекции	6	Зачеты	<b>1</b>
лабораторные		Курсовые работы (проекты)	
практические	8		
Самостоятельная работа	58		

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Целями изучения дисциплины «Маркетинг» являются: приобретение знаний, навыков и способностей в области исследования сельскохозяйственных рынков для обеспечения устойчивого функционирования и развития предприятия (организации) в конкурентной среде на основе гармонизации интересов потребителей, продавцов, других субъектов бизнеса и общества.

Задачи дисциплины:

Задачами дисциплины являются:

- изучение категориального аппарата, основных компетенций, принципов, функций и задач маркетинга;
- приобретение знаний и навыков организации и проведения маркетинговых исследований;
- изучение основ разработки маркетинговых стратегий, комплекса маркетинга; маркетингового анализа;
- приобретение знаний и навыков разработки товарной, сбытовой, ценовой и коммуникационной политик на основе результатов исследований;

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В соответствии с учебным  
планом дисциплина  
относится к\*

базовой части образовательной программы

Статус дисциплины\*\*

Обязательная Б1.Б.6

Обеспечивающие  
(предшествующие)  
дисциплины

Экономическая теория, информатика, организация  
производства и предпринимательство

Обеспечиваемые  
(последующие) дисциплины

Экономика организации

\* базовой / вариативной

\*\* обязательная / по выбору / факультативная

## 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) (ХАРАКТЕРИСТИКА ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ)

Шифр и наименование компетенции	Дескрипторы компетенции		Номер(а) раздела(ов) дисциплины (модуля), отвечающего(их) за формирование данного(ых) дескриптора(ов) компетенции
<b>ПК-9</b> <b>Способность проводить маркетинговые исследования на сельскохозяйственных рынках</b>	Знает:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Концепции маркетинга, его принципы, цели и функции.</li> <li>2. Особенности рынков по виду конкуренции.</li> <li>3. Факторы микро и макросреды предприятия.</li> <li>4. Систему маркетинговых исследований.</li> <li>5. Процедуру маркетинговых исследований.</li> <li>6. Методику проведения исследований.</li> </ol>	1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 4.1, 4.2, 4.3, 5.1, 5.2, 6.1, 6.2, 7.1
	Умеет:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определить необходимость в проведении маркетинговых исследований.</li> <li>2. Определить предмет исследования.</li> <li>3. Сформулировать гипотезы.</li> <li>4. Проверить гипотезу.</li> </ol>	1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 4.1, 4.2, 4.3, 5.1, 5.2, 6.1, 6.2, 7.1
	Владеет:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Навыками анализа цифрового материала</li> <li>2. Методиками по изучению различных факторов внешней среды предприятия.</li> <li>3. Способностью составить отчет по результатам исследований.</li> </ol>	1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 4.1, 4.2, 4.3, 5.1, 5.2, 6.1, 6.2, 7.1