

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Волхонов Михаил Станиславович

Должность: Врио ректора

Дата подписания: 29.05.2021 11:46:48

Уникальный программный ключ:

b2dc75470204bc20f0c38d577a1b983ec223ead27959845aa8c2726f0610c6e81

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КОСТРОМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ
АКАДЕМИЯ»

Согласовано с председателем методической комиссии экономического факультета 10.12.2015. Утверждено деканом экономического факультета 10.12.2015 (с изменениями, утвержденными деканом, от 08.06.2016, 01.06.2017, 28.08.2017, 13.06.2018, 11.06.2019, 10.06.2020).

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ

Направление подготовки (специальность) ВО	<u>38.03.01 – Экономика</u>
Направленность (специализация)/ профиль	<u>«Финансы и кредит»</u>
Квалификация выпускника	<u>бакалавр</u>
Форма обучения	<u>заочная</u>
Срок освоения ОПОП ВО	<u>5 лет</u>

Караваево 2015

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг» является формирование умений и навыков применять теорию маркетинга для решения конкретных ситуаций.

1.1. Область профессиональной деятельности включает:

- экономические, финансовые, маркетинговые, производственно-экономические и аналитические службы организаций различных отраслей, сфер и форм собственности;
- финансовые, кредитные и страховые учреждения;
- органы государственной и муниципальной власти;
- академические и ведомственные научно-исследовательские организации;
- учреждения системы высшего и среднего профессионального образования, среднего общего образования, системы дополнительного образования.

1.2. Объектами профессиональной деятельности являются поведение хозяйствующих агентов, их затраты и результаты, функционирующие рынки, финансовые и информационные потоки, производственные процессы.

1.3. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата: аналитическая, научно-исследовательская (основной), расчетно-экономическая; учетная (дополнительные).

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

2.1. Дисциплина (модуль) «Маркетинг» относится к базовой части блока Б1 Дисциплины (модули).

2.2 Для изучения данной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые **предшествующими дисциплинами**:

- Менеджмент

Знания: основных этапов развития менеджмента как науки и профессии; принципы развития и закономерности функционирования организации; роли, функции и задачи менеджера в современной организации;

Умения: Планировать деятельность организации и подразделений; контролировать деятельность подразделений, команд (групп) работников; формировать организационную и управленческую структуры организации; Использовать различные методы управления коллективами

Навыки: навыками организационно-управленческой деятельностью

- История

Знания: основные разделы и направления исторического процесса, этапы исторического развития России, место и роль России в истории человечества и в современном мире;

Умения: анализировать и оценивать социальную и экономическую информацию; планировать и осуществлять свою деятельность с учетом результатов этого анализа;

Навыки: навыками письменного аргументированного изложения собственной точки зрения; навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа логики различного рода рассуждений; навыками критического восприятия информации.

2.3 Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- Макроэкономическое планирование и прогнозирование

- Преддипломная практика

- Государственная итоговая аттестация

3. Конечный результат обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими **компетенциями**.

3.1 Общекультурные компетенции (ОК):

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

3.2 Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

-способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы (ОПК-3);

-способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность (ОПК-4).

3.3 Профессиональные компетенции (ПК):

- способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (ПК-1);

- способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (ПК-4);

-способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений (ПК-5).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы экономических знаний в области маркетинга;

- инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей;

-способы организационно-управленческих решений в области маркетинга;

- способы сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;

- способы на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;

-способы анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений в области маркетинга.

Уметь:

- использовать основы экономических знаний в области маркетинга;

-осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей в области маркетинга, анализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы;

-находить организационно-управленческие решения в области маркетинга;

- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;

- на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;

- анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм

собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений в области маркетинга.

Владеть:

- основами экономических знаний в области маркетинга;
- выбором инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей в области маркетинга, методикой анализа результатов расчетов и обоснованием полученных выводов;
- способностью находить организационно-управленческие решения в области маркетинга;
- способностью собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
- способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;
- способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля) Маркетинг

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Вид учебной работы		Всего часов	8 семестр	9 семестр
Контактная работа – всего		18,9	2,3	16,6
в том числе:				
Лекции (Л)		6	2	4
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)		12		12
Консультации (К)		0,9	0,3	0,6
Курсовой проект (работа)	КП			
	КР			
Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)		89,1	33,7	55,4
в том числе:				
Курсовой проект (работа)	КП			
	КР			
<i>Другие виды СРС:</i>				
Выполнение контрольной работы		10		10
Подготовка к практическим занятиям		19,4	15	4,4
Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям, Интернет-ресурсам)		23,7	18,7	5
Вид промежуточной аттестации	зачет (З)			
	экзамен (Э)	36*		36*
Общая трудоемкость / контактная работа	часов	108/18,9	36/2,3	72/16,6
	зач. ед.	3/	1/	2/

* При обучении по индивидуальному плану номер семестра может отличаться в соответствии с индивидуальным учебным графиком

5. Образовательные технологии

5.1. Содержание учебной дисциплины

5.1.1. Разделы учебной дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы контроля

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела (темы) дисциплины (модуля)	Вид учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Форма текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	ПЗ	К, КР	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	8,9	Тема 1. Основы современного маркетинга 1. Понятие и подходы к маркетингу 2. Функции маркетинга, их классификация 3. Цели и принципы маркетинга	2	2		8	12	Тестирование
2	8,9	Тема 2. Основные концепции развития маркетинга 1. Эволюция концепций маркетинга 2. Задачи маркетинга 3. Виды маркетинга	2	2		8	12	Тестирование
3	8,9	Тема 3. Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования 1. Система маркетинговой информации 2. Система маркетинговых исследований 3. Методы маркетинговых исследований	2	2		8	12	Тестирование
4	8,9	Тема 4. Сегментация рынка 1. Понятие и сущность сегментации 2. Критерии и признаки целевого сегмента рынка 3. Способы сегментации рынка 4. Поиск «ниши» рынка и позиционирования товара		2		8	10	Тестирование

5	8,9	Тема5. Товарная политика 1.Товар в системе маркетинга 2.Классификация товара 3.Марка и упаковка товара		2		8	10	Тестирование
6	8,9	Тема6. Жизненный цикл товара 1.Концепции ЖЦТ 2.Этапы ЖЦТ 3.Концепция внедрения товара на внутреннем и международном рынке		2		8	10	Тестирование
7	8,9	Тема7.Маркетинговая среда функционирования предприятия 1.Составляющие маркетинговой среды 2.Основные факторы микросреды функционирования фирмы 3.Основные факторы макросреды функционирования фирмы				8	8	Тестирование
8	8,9	Тема8. Ценовая политика 1. Ценовая политика 2. Методы ценообразования 3.Факторы, влияющие на установление цен 4.Механизмы реализации ценовой политики 5.Система и классификация цен				8	8	Тестирование
9	8,9	Тема9. Каналы товародвижения 1.Уровни каналов распределения 2.Горизонтальная и вертикальная маркетинговые системы 3.Важнейшие элементы товародвижения 4. Методы распространения товара				8	8	Тестирование

10	8,9	Тема 10. Продвижение товара 1.Понятие рекламы и история ее развития 2.Рекламная программа и формы ее обращения 3.Закон РФ о рекламе 4.Пропаганда и стимулирование сбыта 5.Public relations – связь с общественностью				8	8	Тестирование
11.	8,9	Тема 11.Международный маркетинг и маркетинг услуг 1.Среда международного маркетинга 2.Способы выхода на международный рынок 3.Ограничения, существующие в международной торговле 4. Развитие маркетинга услуг				9,1	9,1	Тестирование
12		Консультации			0,9		0,9	Консультирование
		ИТОГО:	6	12	0,9	89,1	108	

5.1.2. Лабораторные (практические) занятия

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела (темы) дисциплины (модуля)	Наименование лабораторных (практических, семинарских) работ	Всего часов
1	2	3	4	5
1.	9	Тема1.Основы современного маркетинга	Основы современного маркетинга 1.Понятие и подходы к маркетингу 2.Функции маркетинга, их классификация 3.Цели и принципы маркетинга	2
2.	9	Тема 2.Основные концепции развития маркетинга	Основные концепции развития маркетинга 1.Эволюция концепций маркетинга 2. Задачи маркетинга 3. Виды маркетинга	2
3.	9	Тема3.Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования	Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования 1.Система маркетинговой информации	2

			2. Система маркетинговых исследований 3. Методы маркетинговых исследований	
4.	9	Тема 4. Сегментация рынка	Сегментация рынка 1. Понятие и сущность сегментации 2. Критерии и признаки целевого сегмента рынка 3. Способы сегментации рынка 4. Поиск «ниши» рынка и позиционирования товара	2
5.	9	Тема 5. Товарная политика	Товарная политика 1. Товар в системе маркетинга 2. Товар как потребительская ценность 3. Классификация товара 4. Марка и упаковка товара	2
6.	9	Тема 6. Жизненный цикл товара	1. Концепции ЖЦТ 2. Этапы ЖЦТ 3. Концепция внедрения товара на внутреннем и международном рынке	2
		ИТОГО:		12

5.1.3. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовая работа не предусмотрена

5.2. Самостоятельная работа студента

5.2.1. Виды СРС

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела (темы) дисциплины (модуля)	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
1.	8,9	Основы современного маркетинга	Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям Выполнение контрольной работы	8

2.		Основные концепции развития маркетинга	Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям Выполнение контрольной работы	8
3.		Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования	Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям Выполнение контрольной работы	8
4.		Сегментация рынка	Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям Выполнение контрольной работы	8
5.		Товарная политика	Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям Выполнение контрольной работы	8
6.		Жизненный цикл товара	Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям Выполнение контрольной работы	8
7.		Маркетинговая среда	Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным	8

			испытаниям Выполнение контрольной работы	
8.		Ценовая политика	Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям Выполнение контрольной работы	8
9.		Каналы товародвижения	Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	8
10.		Продвижение товара	Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям Выполнение контрольной работы	8
11.		Международный маркетинг и маркетинг услуг	Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям Выполнение контрольной работы	9,1
ИТОГО часов				89,1

5.2.2. График работы студента

Семестр № 8,9

График работы студента представлен в рейтинг-плане дисциплины «Маркетинг».

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные средства представлены в фонде оценочных средств по дисциплине «Маркетинг».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература:

№ п/п	Наименование	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
					в библиотеке	на кафедре
1	2	3	5	6	7	8
1	Учебник	Нуралиев, С.У. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов бакалавриата / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2014. - 362 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: http://e.lanbook.com/view/book/56249/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02115-2.	1-11	7	Неограниченный доступ	-
2	Учебник	Годин, А.М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки "Экономика", "Менеджмент" / А. М. Годин. - 11-е изд., перераб. и доп. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2014. - 656 с. - (Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°"). - Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/56247/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02389-7.	1-11	7	Неограниченный доступ	-

3	Учебник	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов / Морозов Ю.В., ред. - 9-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2013. - 448 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/view/book/56242/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02263-0.	1-11	7	Неограниченный доступ	-
4	Учебное пособие	Романов, А.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2012. - 440 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/view/book/3565/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-01311-9.	1-11	7	Неограниченный доступ	-
5	Учебник	Ким, С.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки "Экономика и управление" / С. А. Ким. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2013. - 260 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/view/book/56248/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02014-8.	1-11	7	Неограниченный доступ	-
6	Практикум	Маркетинг [Электронный ресурс] :	1-11	7	Неограниченный	-

		<p>практикум для аудиторной и самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.03.01 "Экономика", профиль "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Финансы и кредит", "Налоги и налогообложение" очной и заочной форм обучения / Костромская ГСХА. Каф. менеджмента и права ; Степанченко О.Н. - Электрон. дан. (1 файл). - Караваево : Костромская ГСХА, 2017. - Режим доступа: http://lib.ksaa.edu.ru/mar_cweb, требуется регистрация. - Загл. с экрана. - Яз. рус.</p>			доступ	
--	--	---	--	--	--------	--

7.2 Дополнительная литература:

№ п/п	Наименование	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
					в библиотеке	на кафедре
1	2	3	5	6	7	8
1	Учебник	<p>Ким, С.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки "Экономика и управление" / С. А. Ким. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2013. - 260 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/v</p>	1-11	7	Неограниченный доступ	-

		iew/book/56248/, требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394- 02014-8.				
2	Учебник	Цахаев, Р.К. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Р. К. Цахаев, Т. В. Мургузалиева. - 2-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2013. - 552 с. - Режим доступа: https://e.lanbook.com/ reader/book/5630/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394- 02104-6.	1-11	7	Неог рани ченн ый досу п	-
3	Учебное пособие	Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавриата / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К, 2013. - 296 с. - (Учебные издания для бакалавриата). - Режим доступа: http://e.lanbook.com/v iew/book/56250/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394- 01470-3.	1-11	7	Неог рани ченн ый досу п	-
4	Учебник	Синяева, И.М. Маркетинг в предпринимательско й деятельности [Электронный	1-11	7	Неог рани ченн ый досу	-

		ресурс] : учебник для бакалавриата и специалистов вузов / И. М. Синяева, С. В. Земляк. - 3-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К, 2013. - 268 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/view/book/56243/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-01563-2.			п	
5	Монография	Синяева, И.М. Модель коммерческой системы инновационного маркетинга [Электронный ресурс] : монография / И. М. Синяева. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К, 2015. - 166 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/view/book/70545/ , требуется регистрация. - Загл. с экрана. - Яз. рус. - ISBN 978-5-394-02523-5.	1-11	7	Неограниченный доступ	-
6	Учебник	Меликян, О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Экономика" / О. М. Меликян. - 4-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2014. - 280 с. - Режим	1-11	7	Неограниченный доступ	-

		<p>доступа: http://e.lanbook.com/view/book/56272/, требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-01043-9.</p>				
7	Учебник	<p>Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс] : учебник для студентов бакалавриата / О. Ю. Патласов. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2015. - 384 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: http://e.lanbook.com/view/book/61042/, требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02354-5.</p>	1-11	7	Неограниченный доступ	-

7.3. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

<p>Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет / базы данных</p>	<p>Сведения о правообладателе электронно-библиотечной системы, базы данных и заключенном с ним договоре, включая срок действия заключенного договора</p>	<p>Сведения о наличии зарегистрированной в установленном порядке базе данных материалов электронно-библиотечной системы и / или Сведения о наличии зарегистрированного в установленном порядке электронного средства массовой информации</p>	<p>Наличие возможности одновременного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе, в том числе одновременного доступа к каждому изданию, входящему в электронно-библиотечную систему, не менее чем для 25 процентов обучающихся по каждой из форм получения образования</p>
<p>Электронно-библиотечная система издательства «Лань» http://e.lanbook.com</p>	<p>ООО «ЭБС Лань» Договор № 56/20 от 16.03.2020 действует до 21.03.2021; Соглашение о сотрудничестве №20/56 от 21.03.2020 до 21.03.2021; Договор № СЭБ НВ-171 от 23.12.2019 действует до 31.12.2022</p>	<p>Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2011620038 от 11.01.2011 «Издательство Лань. Электронно-библиотечная система» / Свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-42547 от 03.11.2010</p>	<p>Возможен одновременный индивидуальный неограниченный доступ к каждому изданию, входящему в электронно-библиотечные системы без ограничений</p>
<p>Научная электронная библиотека http://www.eLibrary.ru</p>	<p>ООО НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА Лицензионное соглашение от 31.03.2017, без ограничения срока</p>	<p>Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2010620732 от 14.12.2010 «Электронно-библиотечная система eLibrary», правообладатель ООО «РУНЭБ» / Свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-42487 от 27.10.2010</p>	<p>Возможен одновременный индивидуальный неограниченный доступ к каждому изданию, входящему в электронно-библиотечные системы без ограничений</p>
<p>Polpred.com Обзор СМИ http://polpred.com</p>	<p>ООО «ПОЛПРЕД Справочники». Соглашение от 29.03.2019</p>	<p>Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2010620535 от 21.09.2010</p>	<p>Возможен одновременный индивидуальный неограниченный доступ к каждому изданию, входящему в электронно-библиотечные системы без ограничений</p>

<p>Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет / базы данных</p>	<p>Сведения о правообладателе электронно-библиотечной системы, базы данных и заключенном с ним договоре, включая срок действия заключенного договора</p>	<p>Сведения о наличии зарегистрированной в установленном порядке базе данных материалов электронно-библиотечной системы и / или Сведения о наличии зарегистрированного в установленном порядке электронного средства массовой информации</p>	<p>Наличие возможности одновременного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе, в том числе одновременного доступа к каждому изданию, входящему в электронно-библиотечную систему, не менее чем для 25 процентов обучающихся по каждой из форм получения образования</p>
		<p>ООО «ПОЛПРЕД Справочники» / Свидетельство о регистрации СМИ Эл. № ФС77-42207 от 08.10.2010</p>	
<p>Электронная библиотека Костромской ГСХА http://lib.ksaa.edu.ru/marcweb</p>	<p>НПО «ИнформСистема» Лицензионное соглашение № 070420080839 от 07.04.2008</p>	<p>Номер лицензии на использование программного продукта АБИС МАРК SQL 070420080839. Право использования принадлежит ФГБОУ ВО Костромской ГСХА</p>	
<p>Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» http://window.edu.ru</p>	<p>ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Некоммерческий продукт со свободным доступом</p>	<p>Свидетельство о регистрации СМИ Эл. № 77 – 8044 от 16.06.2003</p>	
<p>База данных Scopus</p>	<p>Лицензиат ФГБУ «Государственная публичная научно-техническая библиотека России». Сублицензионный договор №SCOPUS/997 от 05.09.2019 Срок действия 01.01.2019-31.12.2019</p>		<p>Возможен локальный сетевой доступ</p>
<p>База данных Web of Science</p>	<p>Лицензиат ФГБУ «Государственная публичная</p>		<p>Возможен локальный сетевой доступ</p>

<p>Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет / базы данных</p>	<p>Сведения о правообладателе электронно-библиотечной системы, базы данных и заключенном с ним договоре, включая срок действия заключенного договора</p>	<p>Сведения о наличии зарегистрированной в установленном порядке базе данных материалов электронно-библиотечной системы и / или Сведения о наличии зарегистрированного в установленном порядке электронного средства массовой информации</p>	<p>Наличие возможности одновременного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе, в том числе одновременного доступа к каждому изданию, входящему в электронно-библиотечную систему, не менее чем для 25 процентов обучающихся по каждой из форм получения образования</p>
	<p>научно-техническая библиотека России. Сублицензионный договор №WoS/997 от 05.09.2019 Срок действия 01.01.2019-31.12.2019</p>		
<p>Национальная электронная библиотека http://нэб.рф</p>	<p>ФГБУ «РГБ». Договор №101/НЭБ/1303 от 27.01.2016 с неограниченной пролонгацией ФГБУ «РГБ» Договор №101/НЭБ/1303-п от 23.05.2019 с неограниченной пролонгацией</p>	<p>Свидетельство о регистрации СМИ № 77-814 от 28.04.1999</p>	<p>Возможен одновременный индивидуальный неограниченный доступ к изданиям, подлежащим свободному использованию. Доступ к изданиям, охраняемым авторским правом, возможен из Электронного читального зала</p>
<p>Справочная Правовая Система «КонсультантПлюс»</p>	<p>ЗАО «Консультант Плюс» Договор № 105 от 14.02.2020</p>	<p>Свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС 77-42075 от 08.01.2003</p>	<p>Возможен локальный сетевой доступ</p>

7.4. Лицензионное программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Сведения о правообладателе (лицензиат, номер лицензии, дата выдачи, срок действия) и заключенном с ним договоре
Windows Prof 7 Academic Open License	Майкрософт, 47105956, 30.06.2010, постоянная
Microsoft Office 2010 Russian Academic Open License	Майкрософт, 47105956, 30.06.2010, постоянная
Microsoft Windows SL 8.1 Russian Academic Open License	Майкрософт, 64407027, 25.11.2014, постоянная
Microsoft Office 2013 Russian Academic Open License	Майкрософт, 64407027, 25.11.2014, постоянная
Microsoft SQL Server Standard Edition Academic	Майкрософт, 44794865, 13.11.2008, постоянная
Microsoft Windows Server Standard 2008 Academic	Майкрософт, 44794865, 13.11.2008, постоянная
Microsoft Windows Server Standard 2008 R2 Academic	Майкрософт, 48946846, 24.08.2011, постоянная
Программное обеспечение «Антиплагиат»	АО «Антиплагиат», лицензионный договор №1553 от 25.09.2019, 1 год
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 250-499Node 1 year Educational Renewal License	ООО «ДримСофт», лицензионный договор №44 от 14.02.2020, 1 год

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Маркетинг	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Аудитория 409э Лекционная поточная аудитория с наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения. мультимедийное оборудование: Intel Pentium Sandy Bridge Gb620/2gB/250gB/DVD-RW/VGA Palit NV, проектор Mitsubishi WD720U	Windows XP Prof, Microsoft Office 2003 Std Microsoft Open License 64407027,47105956
		Учебные аудитории для проведения лабораторно-практических занятий и	Аудитория 103э оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения	Windows XP, 1С, Консультант, Microsoft Open License 64407027,47105956

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
		занятий семинарского типа	Мультимедийное оборудование: Hitachi Starboard FX-WD, компьютер Cel 2GHz/1024 md/160gd/FDD/DVD-RW, проектор Mitsubishi 460U.	
		Учебные аудитории для самостоятельной работы	Аудитория 220э оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения Компьютер DEPO Race x 140 SSE i5_2400/4GDDR 13 /19” Samsung B 1930 NW NKF 8 шт. с выходом в Интернет и ЭИОС ФГБОУ ВО Костромской ГСХА	Windows XP, Office 2003, Open Office 3.3, Microsoft Open License 64407027,47105956 SunRav TestOfficePro. СПС КонсультантПлюс. Доступ к ЭБС «Лань». KONSI-SWOT ANALISIS
		Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Аудитория 101э оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения Тематические стенды, ксерокс CANON FC-128, факс PANASONIC KX-FT - 2 шт	
2	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования		Аудитория 440 Сервер RStyle , Сервер DEPO, Сервер IntelP4308, Компьютер i5/8G/1TB, Компьютер i5/8/500G, Компьютер i5/8/500G, Компьютер E6850/4/500G, Компьютер i5/4/500G	Microsoft Windows Server Standard 2008 Academic 44794865, Microsoft Windows Server Standard 2008 R2 Academic 48946846, Microsoft SQL Server Standard Edition Academic 44794865, Microsoft Office 2013 Russian Academic Open License, Windows Prof 7 Academic Open License 64407027,47105956
			Аудитория 117	Microsoft Office 2013 Russian Academic

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
			Компьютер i7/4/500, Компьютер Celeron 2.8/512/360, Паяльная станция, осциллограф, мультиметр, микроскоп	Open License, Windows Prof 7 Academic Open License 64407027,47105956

*Специальные помещения – аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

9. Кадровое обеспечение образовательного процесса

№ п/п	Наименование предмета, дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом	Характеристика педагогических работников							
		фамилия, имя, отчество, должность по штатному расписанию	какое образовательное учреждение окончил, специальность (направление подготовки) по документу об образовании	ученая степень, ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Стаж работы, лет		основное место работы, должность	условия привлечения к педагогической деятельности (штатный работник, внутренний совместитель, внешний совместитель, иное)	
					всего	в том числе			
1	Маркетинг	Степанченко Ольга Николаевна, доцент	Костромской СХИ, «Экономика и организация сельского хозяйства»	Кандидат экономических наук, доцент	35	27	-	ФГБОУ ВО Костромская ГСХА, доцент кафедры менеджмента и права	Штатный работник

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профилю «Финансы и кредит».

Составитель (и):

Доцент кафедры менеджмента и права

Заведующий кафедрой менеджмента и права