

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Волхонов Михаил Станиславович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 10.05.2021 14:52:09
Уникальный программный ключ:
b2dc75470204bc20f0c38d577a1b983ec223ead27950845aa8c2726f0610c6e81

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 17.02.2016. Утверждено деканом экономического факультета 17.02.2016 (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>38.03.02 Менеджмент</u>
Направленность (специализация)/ профиль	<u>«Управление малым бизнесом»</u>
Квалификация выпускника	<u>бакалавр</u>
Форма обучения	<u>очная</u>
Срок освоения ОПОП ВО	<u>4 года</u>

Караваево 2016

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 выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает: организации различной организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие) и органы государственного и муниципального управления, в которых выпускники работают в качестве исполнителей и координаторов по проведению организационно-технических мероприятий и администрированию реализации оперативных управленческих решений, а также структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

1.2 Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

- процессы реализации управленческих решений в организациях различных организационно-правовых форм;
- процессы реализации управленческих решений в органах государственного и муниципального управления.

1.3 Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата:

- организационно-управленческая;
- информационно-аналитическая;
- предпринимательская.

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**:

«История»

Знания: основных разделов и направлений исторического процесса, этапов исторического развития России, места и роли 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: письменного аргументированного изложения собственной точки зрения; навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа логики различного рода рассуждений; критического восприятия информации.

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

«Организация коммерческой деятельности»;

«Инновационная деятельность на малом предприятии»;

«Инновационный менеджмент»;

«Государственная итоговая аттестация»

3. Конечный результат обучения

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

3.1 Профессиональные компетенции (ПК):

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);
- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10);

В результате освоения дисциплины студент должен:

- знать:
 - основы разработки маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
 - способы анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;
 - основы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений
- уметь:
 - разрабатывать маркетинговую стратегию организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
 - анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;
 - использовать навыки количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений
- владеть:
 - способностью разрабатывать маркетинговую стратегию организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
 - способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;
 - навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля) Маркетинг

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Вид учебной работы		Всего часов	Всего часов, 2 семестр	Всего часов, 3 семестр
Контактная работа – всего		71,75	30,75	41
В том числе:				
Лекции (Л)		35	15	20
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)		35	15	20
Консультации (К)		1,75	0.75	1
Курсовой проект (работа)	КП			
	КР			
Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)		72,25	41,25	31
В том числе:				
Курсовой проект (работа)	КП			
	КР			
<i>Другие виды СРС:</i>				
Реферативная работа		6	5	1
Подготовка к практическим занятиям		12	12	
Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям, Интернет-ресурсам)		18,3	18,3	
Вид промежуточной аттестации	зачет (З)	6	6	
	экзамен (Э)	30*		30*
Общая трудоемкость / контактная работа	часов	144/71,7 5	72/30,75	72/41
	зач. ед.	4/1.99	2/0.85	2/1.13

* - часы используются для подготовки к контрольным испытаниям в течение семестра

5. Образовательные технологии

5.1. Содержание дисциплины

5.1.1. Разделы 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	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	2	Основы современного маркетинга 1.Понятие и подходы к маркетингу 2.Функции маркетинга, их классификация 3.Цели и принципы маркетинга	4	4		6	14	Тестирование (5,16) Реферат (4-15)
2.	2	Основные концепции развития маркетинга 1.Эволюция концепций маркетинга 2. Задачи маркетинга 3. Виды маркетинга	4	4		6	14	Тестирование (5,16) Реферат (4-15)
3.	2	Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования 1.Система маркетинговой информации 2.Система маркетинговых исследований 3.Методы маркетинговых исследований	2	2		6	10	Тестирование (10,16) Реферат (4-15)
4.	2	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	2		6	10	Тестирование (10,16) Реферат (4-15)
5.	2	Товарная политика 1.Товар в системе маркетинга 2.Классификация товара 3.Марка и упаковка товара	2	2		7	11	Тестирование (14,16) Реферат (4-15)
6.	2	Жизненный цикл товара 1.Концепции ЖЦТ 2.Этапы ЖЦТ 3.Концепция внедрения товара на внутреннем и международном рынке	1	1		10,25	12,25	Тестирование (14,16) Реферат (4-15)
7.	2	Консультации			0.75		0.75	
Итого за 2 семестр			15	15	0.75	41,25	72	

8.	3	Маркетинговая среда 1.Составляющие маркетинговой среды 2.Основные факторы микросреды функционирования фирмы 3.Основные факторы макросреды функционирования фирмы	4	4		3	11	Тестирование (5,16) Реферат (4-15)
9.	3	Ценовая политика 1. Ценовая политика 2. Методы ценообразования 3.Факторы, влияющие на установление цен 4.Механизмы реализации ценовой политики 5.Система и классификация цен	4	4		7	15	Тестирование (5,16) Реферат (4-15)
10.	3	Каналы товародвижения 1.Уровни каналов распределения 2.Горизонтальная и вертикальная маркетинговые системы 3.Важнейшие элементы товародвижения 4. Методы распространения товара	4	4		7	15	Тестирование (10 ,16) Реферат (4-15)
11.	3	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	5	5		7	17	Тестирование (10 ,16) Реферат (4-15)
12.	3	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	3	3		7	13	Тестирование (16) Реферат (4-15)
13.	3	Консультации			1		1	
Итого за 3 семестр			20	20	1	31	72	
ВСЕГО:			35	35	1.75	72.25	144	

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.	2	Основы современного маркетинга	Основы современного маркетинга 1. Понятие и подходы к маркетингу 2. Функции маркетинга, их классификация 3. Цели и принципы маркетинга	4
2.	2	Основные концепции развития маркетинга	Основные концепции развития маркетинга 1. Эволюция концепций маркетинга 2. Задачи маркетинга 3. Виды маркетинга	4
3.	2	Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования	Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования 1. Система маркетинговой информации 2. Система маркетинговых исследований 3. Методы маркетинговых исследований	2
4.	2	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.	2	Товарная политика	Товарная политика маркетинга 1. Товар в системе маркетинга 2. Классификация товара 3. Марка и упаковка товара	2
6.	2	Жизненный цикл товара	Жизненный цикл товара 1. Концепции ЖЦТ 2. Этапы ЖЦТ 3. Концепция внедрения товара на внутреннем и международном рынке	1
Итого за 2 семестр				15
7.	3	Маркетинговая среда	Маркетинговая среда 1. Составляющие маркетинговой среды 2. Основные факторы микросреды функционирования фирмы 3. Основные факторы макросреды функционирования фирмы	4
8.	3	Ценовая политика	Ценовая политика 1. Ценовая политика	4

			2. Методы ценообразования 3. Факторы, влияющие на установление цен 4. Механизмы реализации ценовой политики 5. Система и классификация цен	
9.	3	Каналы товародвижения	Каналы товародвижения 1. Уровни каналов распределения 2. Горизонтальная и вертикальная маркетинговые системы 3. Важнейшие элементы товародвижения 4. Методы распространения товара	4
10.	3	Продвижение товара	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	5
11.	3	Международный маркетинг и маркетинг услуг	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	3
Итого за 3 семестр				20
ИТОГО				35

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.	2	Основы современного маркетинга	Подготовка к лекциям и практическим занятиям.	6

			Реферативная работа Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	
2.		Основные концепции развития маркетинга	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Реферативная работа Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	6
3.		Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Реферативная работа Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	6
4.		Сегментация рынка	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Реферативная работа Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	6
5.		Товарная политика	Подготовка к лекциям	7

			и практическим занятиям. Реферативная работа Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	
6.	2	Жизненный цикл товара	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Реферативная работа Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	10,25
		Итого за 2 семестр		41,25
7.	3	Маркетинговая среда	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Реферативная работа Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
8.		Ценовая политика	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Реферативная работа Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к	7

			контрольным испытаниям	
9.		Каналы товародвижения	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Реферативная работа Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	7
10.		Продвижение товара	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Реферативная работа Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	7
11.		Международный маркетинг и маркетинг услуг	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Реферативная работа Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	7
Итого за 3 семестр				31
ВСЕГО				72,25

5.2.2. График работы студента

Семестр № 2

Семестр №3

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	2-3	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/rea	1-11	2-3	Неограниченный доступ	-

		der/book/56247/, требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5- 394-02389-7.				
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	2-3	Неогранич енный 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	2-3	Неогранич енный 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.	1-11	2-3	Неогранич енный доступ	-

		- Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02014-8.				
6	Практикум	Маркетинг [Электронный ресурс] : 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.	1-11	2-3	Неограниченный 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	Ким, С.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки "Экономика и управление" / С. А.	1-11	2-3	Неограниченный доступ	-

		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.				
2	Учебник	Цахаев, Р.К. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 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	2-3	Неограниченный доступ	-
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/view/book/56250/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-01470-3.	1-11	2-3	Неограниченный доступ	-

4	Учебник	Синяева, И.М. Маркетинг в предпринимательско й деятельности [Электронный 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/v iew/book/56243/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394- 01563-2.	1-11	2-3	Неог рани ченн ый досу 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/v iew/book/70545/ , требуется регистрация. - Загл. с экрана. - Яз. рус. - ISBN 978-5-394- 02523-5.	1-11	2-3	Неог рани ченн ый досу п	-
6	Учебник	Меликян, О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки	1-11	2-3	Неог рани ченн ый досу п	-

		"Экономика" / О. М. Меликян. - 4-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2014. - 280 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/view/book/56272/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-01043-9.				
7	Учебник	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.	1-11	2-3	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>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>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	<p>Аудитория 409э</p> <p>Лекционная поточная аудитория с наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения.</p> <p>мультимедийное оборудование: Intel Pentium Sandy Bridge Gb620/2gB/250gB/DVD-RW/VGA Palit NV, проектор Mitsubishi WD720U</p>	<p>Windows XP Prof, Microsoft Office 2003 Std Microsoft Open License 64407027,47105956</p>
		Учебные аудитории для проведения лабораторно-практических занятий и занятий семинарского типа	<p>Аудитория 103э</p> <p>оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения</p> <p>Мультимедийное оборудование: Hitachi Starboard FX-WD, компьютер Cel 2GHz/1024 md/160gd/FDD/DVD-RW, проектор Mitsubishi 460U.</p>	<p>Windows XP, 1С, Консультант, Microsoft Open License 64407027,47105956</p>
		Учебные аудитории для самостоятельной работы	<p>Аудитория 220э</p> <p>оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения</p> <p>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</p>	<p>Windows XP, Office 2003, Open Office 3.3, Microsoft Open License 64407027,47105956 SunRav TestOfficePro. СПС КонсультантПлюс. Доступ к ЭБС «Лань». KONSI-SWOT ANALISIS</p>
		Учебные аудитории для групповых и индивидуальных	<p>Аудитория 101э</p> <p>оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения</p>	

№ 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
		консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Тематические стенды, ксерокс CANON FC-128, факс PANASONIC KX-FT - 2 шт Аудитория 315э, оснащенная специализированной мебелью. Информационные стенды.	
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 Компьютер i7/4/500, Компьютер Celeron 2.8/512/360, Паяльная станция, осциллограф, мультиметр, микроскоп	Microsoft Office 2013 Russian Academic 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			
					научно-педагогический	в организациях по направлению профессиональной деятельности			
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 38.03.02 Менеджмент, профилю «Управление малым бизнесом».

Составитель (и):

Доцент кафедры менеджмента и права

Заведующий кафедрой менеджмента и права