

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Волхонов Михаил Станиславович

Должность: Врио ректора

Дата подписания: 19.07.2022 14:14:47

Уникальный программный ключ:

b2dc75470204bc2bfec58d577a1b983ee223ea27559d45aa8c27200831000081

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«КОСТРОМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

Согласовано:

Председатель методической комиссии
факультета ветеринарной
медицины и зоотехнии

_____ /Горбунова Н. П./

«06» мая 2022 года

Утверждаю:

Декан факультета ветеринарной
медицины и зоотехнии

_____ /Парамонова Н. Ю./

«11» мая 2022 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

Направление подготовки	<u>36.03.02. Зоотехния</u>
Профиль подготовки	<u>«Технология производства продукции животноводства (по отраслям)»</u>
Квалификация выпускника	<u>бакалавр</u>
Форма обучения	<u>очная, заочная</u>
Срок освоения ОПОП ВО	<u>4 года, 5 лет</u>

Караваево 2022

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины:

Целью освоения дисциплины (модуля) Маркетинг является формирование умений и навыков применения теории маркетинга для решения конкретных ситуаций.

Задачи дисциплины:

- освоение теоретических основ современного маркетинга, маркетинговых концепций и рыночных процессов;
- изучение основных понятий маркетинга и формирование умений их использования в управленческой деятельности;
- приобретение навыков выявления и удовлетворения потребностей покупателей и их формирование с помощью маркетинговых коммуникаций;

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

2.1. Дисциплина ФТД.03 «Маркетинг» относится к факультативам ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

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

- *Организация и менеджмент в зоотехнии*
- *Экономика*

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

- *Государственная итоговая аттестация*

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций:
УК-2.

Категория компетенции	Код и наименование компетенции	Наименование индикатора формирования компетенции
Универсальные компетенции		
Разработка и реализация проекта	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<i>ИД-1 ук-2</i> Знать: принципы формирования задач в рамках поставленной цели <i>ИД-2 ук-2</i> Уметь: выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели <i>ИД-3 ук-2</i> Владеть: навыками оптимального решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ СТУДЕНТ ДОЛЖЕН:**Знать:** принципы формирования задач в рамках поставленной цели**Уметь:** выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели**Владеть:** навыками оптимального решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений**4 Структура дисциплины (модуля) Маркетинг**Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов. **Форма промежуточной аттестации зачет****Очная форма обучения:**

Вид учебной работы		Всего часов	Распределение по семестрам	
			№ 8	
Контактная работа (всего)		36,9	36,9	
в том числе:				
Лекции (Л)		18	18	
Лабораторные занятия (ЛЗ), Семинары (С)		18	18	
Консультации (К)		0,9	0,9	
Самостоятельная работа студента (СР) (всего)		35,1	35,1	
в том числе:				
Подготовка к лекциям и практическим занятиям		15,1	15,1	
Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсам)		20	20	
Форма промежуточной аттестации	зачет (З)	6*	6*	
	экзамен (Э)			
Общая трудоемкость / контактная работа	часов	72/36,9	72/36,9	
	зач. ед.	2/1,03	2/1,03	

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

Заочная форма обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам			
		№ <u>7</u>	№ <u>8</u>		
Контактная работа (всего)	10.9	2.3	8.6		
В том числе:			-	-	-
Лекции (Л)	6	2	4		
Лабораторные занятия (ЛЗ), Семинары (С)	4		4		
Консультации (К)	0.9	0.3	0.6		
Самостоятельная работа студента (СР) (всего)	61.1	33.7	27.4		

В том числе:						
Подготовка к практическим занятиям		23	13	10		
Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах)		38.1	20.7	17.4		
Форма промежуточной аттестации	зачет (З)	6*		6*		
	экзамен (Э)					
Общая трудоемкость / контактная работа	часов	72/10.9	36/2.3	36/8.6		
	зач. ед.	2/0,3	1/0,06	1/0,24		

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

5 Содержание дисциплины «Маркетинг»

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

Очная форма обучения:

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела (темы) дисциплины (модуля)	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	Пр	К/КР/КП	СР	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	8	Тема 1. Основы современного маркетинга 1. Понятие и подходы к маркетингу 2. Функции маркетинга, их классификация 3. Цели и принципы маркетинга	2		2	3	7	Опрос (3) Тестирование (5,17)
2	8	Тема 2. Основные концепции развития маркетинга 1. Эволюция концепций маркетинга 2. Задачи маркетинга 3. Виды маркетинга	2		2	3	7	Опрос (3) Тестирование (5,17)

3	8	Тема3.Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования 1.Система маркетинговой информации 2.Система маркетинговых исследований 3.Методы маркетинговых исследований	2		2	3	7	Тестирование (7,17)
4	8	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		2	3	7	Тестирование (7,17)
5	8	Тема5. Товарная политика 1.Товар в системе маркетинга 2.Классификация товара 3.Марка и упаковка товара	2		2	3	7	Тестирование (12,17)
6	8	Тема6. Жизненный цикл товара 1.Концепции ЖЦТ 2.Этапы ЖЦТ 3.Концепция внедрения товара на внутреннем и международном рынке	2		2	3	7	Опрос (9) Тестирование (12,17)

7	8	<p>Тема7.Маркетинговая среда функционирования предприятия</p> <p>1.Составляющие маркетинговой среды</p> <p>2.Основные факторы микросреды функционирования фирмы</p> <p>3.Основные факторы макросреды функционирования фирмы</p>	2		2	3	7	Опрос (9) Тестирование (12,17)
8	8	<p>Тема8. Ценовая политика</p> <p>1. Ценовая политика</p> <p>2. Методы ценообразования</p> <p>3.Факторы, влияющие на установление цен</p> <p>4.Механизмы реализации ценовой политики</p> <p>5.Система и классификация цен</p>				3	3	Тестирование (12,17)
9	8	<p>Тема9. Каналы товародвижения</p> <p>1.Уровни каналов распределения</p> <p>2.Горизонтальная и вертикальная маркетинговые системы</p> <p>3.Важнейшие элементы товародвижения</p> <p>4. Методы распространения товара</p>	2		2	3	7	Тестирование (14 ,17)

10	8	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	2		2	3	7	Тестирование (14,17)
11.	8	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				5,1	5,1	Тестирование (17)
		Консультации	-	0,9	-	-	0,9	
		ИТОГО:	18	0,9	18	35,1	72	

Заочная форма обучения:

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела (темы) учебной дисциплины (модуля)	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	Пр/С/Лаб	К/КР/КП	СР	все го	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	7-8	Тема1. Основы современного маркетинга	2			5	6	тестирование
2	7-8	Тема 2.Основные концепции развития маркетинга	2	2		5	6	тестирование
3	7-8	Тема3.Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования	2	2		5	6	тестирование

4	7-8	Тема 4. Сегментация рынка				5	6	тестирование
5	7-8	Тема 5. Товарная политика				5	6	тестирование
6	7-8	Тема 6. Жизненный цикл товара				5	6	тестирование
7	7-8	Тема 7. Маркетинговая среда функционирования предприятия				5	6	тестирование
8	7-8	Тема 8. Ценовая политика				5	6	тестирование
9	7-8	Тема 9. Каналы товародвижения				5	6	тестирование
10	7-8	Тема 10. Продвижение товара				5	6	тестирование
11.	7-8	Тема 11. Международный маркетинг и маркетинг услуг				11.1	12	тестирование
		Консультации			0.9		0.9	
		ИТОГО:	6	4	0.9	61.1	72	

5.2. Практические и семинарские занятия, лабораторные работы

Очная форма обучения:

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Наименование лабораторных работ	Всего часов
1	2	3	4	5
1.	8	Тема 1. Основы современного маркетинга	Основы современного маркетинга 1. Понятие и подходы к маркетингу 2. Функции маркетинга, их классификация 3. Цели и принципы маркетинга	2
2.	8	Тема 2. Основные концепции развития маркетинга	Основные концепции развития маркетинга 1. Эволюция концепций маркетинга 2. Задачи маркетинга 3. Виды маркетинга	2
3.	8	Тема 3. 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.	8	Тема 4. Сегментация рынка	Сегментация рынка 1. Понятие и сущность сегментации 2. Критерии и признаки целевого сегмента рынка	2

			3.Способы сегментации рынка 4.Поиск «ниши» рынка и позиционирования товара	
5.	8	Тема5.Товарная политика	Товарная политика 1.Товар в системе маркетинга 2.Товар как потребительская ценность 3.Классификация товара 4.Марка и упаковка товара	2
6.	8	Тема 6. Жизненный цикл товара	Жизненный цикл товара 1.Концепции ЖЦТ 2.Этапы ЖЦТ 3.Концепция внедрения товара на внутреннем и международном рынке	2
7.	8	Тема 7. Маркетинговая среда	Маркетинговая среда 1.Составляющие маркетинговой среды 2.Основные факторы микросреды функционирования фирмы 3.Основные факторы макросреды функционирования фирмы	2
8.	8	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	2
		ИТОГО:		18

Заочная форма обучения:

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование лабораторных работ	Всего часов
9.	8	Тема1. Основы современного маркетинга	Основы современного маркетинга 1.Понятие и подходы к маркетингу 2.Функции маркетинга, их классификация 3.Цели и принципы маркетинга	2
10.	8	Тема 2.Основные концепции развития маркетинга	Основные концепции развития маркетинга 1.Эволюция концепций маркетинга 2. Задачи маркетинга 3. Виды маркетинга	2
		ИТОГО:		4

5.3. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Не предусмотрено.

5.4. Самостоятельная работа студента

Очная форма обучения:

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Виды СР	Всего часов
1	2	3	4	5
1.	8	Основы современного маркетинга	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
2.		Основные концепции развития маркетинга	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
3.		Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
4.		Сегментация рынка	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
5.		Товарная политика	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах)	3

6.		Жизненный цикл товара	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
7.		Маркетинговая среда	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах)	3
8.		Ценовая политика	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
9.	8	Каналы товародвижения	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
10.		Продвижение товара	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
11.		Международный маркетинг и маркетинг услуг	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	5,1
ИТОГО часов в семестре:				35,1

Заочная форма обучения:

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Виды СР	Всего часов
1	2	3	4	5
9.	7-8	Основы современного маркетинга	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	5
10.		Основные концепции развития маркетинга	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	5
11.		Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	5
12.		Сегментация рынка	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	5
13.		Товарная политика	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах)	5
14.		Жизненный цикл товара	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	5

15.		Маркетинговая среда	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах)	5
16.		Ценовая политика	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	5
9.	7-8	Каналы товародвижения	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	5
10.		Продвижение товара	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	5
11.		Международный маркетинг и маркетинг услуг	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	11.1
ИТОГО часов в семестре:				61.1

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Количество экземпляров
1	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Абаев А.Л., ред. ; Алексунин В.А., ред. ; Гуриева М.Т. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К°, 2019. - 433 с. - Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/119283/#1 , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-03141-0.	Неограниченный доступ

2	Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. А. Дробышева. - 5-е изд. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К°, 2017. - 152 с. - (Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°"). - Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/93471/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02732-1.	Неограничен ый доступ
3	Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавриата / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К, 2017. - 296 с. - (Учебные издания для бакалавриата). - Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/93419/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-01470-3.	Неограничен ый доступ
4	Словарь финансово-экономических терминов [Электронный ресурс] / Эскиндаров М.А., ред. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К, 2017. - 1168 с. - Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/91226/ , требуется регистрация. - Загл. с экрана. - Яз. рус. - ISBN 978-5-394-02801-4.	Неограничен ый доступ
5	Синяева, И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебник для бакалавриата и специалистов вузов / И. М. Синяева, С. В. Земляк. - 5-е изд. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К, 2017. - 268 с. - Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/93409/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5&394-02393-4.	Неограничен ый доступ
6	Синяева, И.М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев. - 2-е изд. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К°, 2017. - 252 с. - Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/93437/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02723-9.	Неограничен ый доступ
7	Муртузалиева, Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : учеб.-практич. пособие / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К°, 2017. - 166 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/94021/#1 , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02710-9.	Неограничен ый доступ
8	Горнштейн, М.Ю. Современный маркетинг [Электронный ресурс] : монография / М. Ю. Горнштейн. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К°, 2017. - 404 с. - Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/103736/#2 , требуется регистрация. - Загл. с экрана. - Яз. рус. - ISBN 978-5-394-02909-7.	Неограничен ый доступ
9	Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов [Электронный ресурс] / Перцовский Н.И., авт.-сост. - 4-е изд. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К°, 2018. - 140 с. - (Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°"). - Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/110739/#2 , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-03041-3.	Неограничен ый доступ
10	Гавриленко, Н.И. Маркетинг [Текст] : учебник для вузов / Н. И. Гавриленко. - 3-е изд., стереотип. - М. : Академия, 2013. - 192 с.	15
11	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: http://e.lanbook.com/view/book/5630/ , требуется регистрация.	Неограничен ый доступ
12	Синяева, И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебник для бакалавриата и специалистов вузов /	Неограничен ый доступ

	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.	
13	Синяева, И.М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2014. - 252 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/view/book/44072/ , требуется регистрация.	Неограничен ый доступ
14	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.	Неограничен ый доступ
15	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.	Неограничен ый доступ
16	Ким, С.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки "Экономика и управление" / С. А. Ким. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К°, 2017. - 260 с. - Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/93392/ , требуется регистрация. - Яз. рус. - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02014-8.	Неограничен ый доступ
17	Маркетинг : практикум для контактной и самостоятельной работы студентов направления подготовки 36.03.02 Зоотехния очной и заочной форм обучения / Котлярова Л. Д., сост. ; Костромская ГСХА. Кафедра менеджмента и права. - Караваево : Костромская ГСХА, 2021. - 34 с. - Текст : электронный. - URL: http://lib.ksaa.edu.ru/marcweb/books/metod/M21_3960.pdf . - Режим доступа: для авториз. пользователей. - М121.2.	Неограничен ый доступ

6.2. 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 Exchange Standard 2007 Academic Device CAL	Майкрософт, 44794865, 13.11.2008, постоянная
Microsoft Windows Server Academic Device CALЭ	Майкрософт, 44794865, 13.11.2008, постоянная
Microsoft SQL Server Standard Edition Academic	Майкрософт, 44794865, 13.11.2008, постоянная
Microsoft Exchange Server Standard Edition Academic	Майкрософт, 44794865, 13.11.2008, постоянная
Microsoft Windows Terminal Svcs Device CAL	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
Microsoft Forefront TMG Standard 2010	Майкрософт, 48946846, 24.08.2011, постоянная
Microsoft Windows Server Standard 2012 Academic	Майкрософт, 61149292, 15.11.2012, постоянная
Программное обеспечение «Антиплагиат»	АО «Антиплагиат», лицензионный договор № 4121 от 01.09.2021, 1 год
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 250-499Node 1 year Educational Renewal License	ООО «ДримСофт», договор №108 от 24.03.2022, 1 год

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п\п	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1.	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	<p>Аудитория 409"э"</p> <p>Лекционная поточная аудитория, оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения.</p> <p>Мультимедийное оборудование: Intel(R) Pentium(R) CPU G620 @ 2.60GHz</p> <p>компьютер, телевизор Dexp 65"</p>	<p>Microsoft Windows 7 (Windows Prof 7 Academic Open License Майкрософт 47105956 30.06.2010)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для Windows (Kaspersky Endpoint Security Standard Edition Educational 2B1E-210325-090658-4-10160 350 13.02.2020 1год ООО «ДримСофт», договор №111 от 18.03.2021, 1 год)</p> <p>Google Chrome (не лицензируется)</p> <p>Microsoft Office 2007 (Microsoft Office 2010 Russian Academic Open License Майкрософт 47105956 30.06.2010)</p>
	Учебные аудитории для проведения лабораторно-практических занятий и занятий семинарского типа	<p>Аудитория 103э</p> <p>Компьютер, монитор, телевизор Dexp 55"</p>	<p>Microsoft Windows 7 (Windows Prof 7 Academic Open License Майкрософт 47105956 30.06.2010)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для Windows (Kaspersky Endpoint Security Standard Edition Educational 2B1E-210325-090658-4-10160 350 13.02.2020 1год ООО «ДримСофт», договор №111 от 18.03.2021, 1 год)</p> <p>Google Chrome (не лицензируется)</p> <p>Microsoft Office 2007 (Microsoft Office 2010 Russian Academic Open License Майкрософт 47105956 30.06.2010)</p>
	Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ) и	<p>Аудитория 257,</p> <p>оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Бездисковые терминальные станции 16 шт. с</p>	<p>Microsoft Windows 7 (Windows Prof 7 Academic Open License Майкрософт 47105956 30.06.2010)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для Windows (Kaspersky Endpoint Security Standard Edition Educational 2B1E-210325-090658-4-10160 350</p>

№ п\п	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
	самостоятельной работы	выходом в Интернет и ЭИОС ФГБОУ ВО Костромской ГСХА, Intel(R) Pentium(R) CPU G4600 @ 3.60GHz	13.02.2020 1год ООО «ДримСофт», договор №111 от 18.03.2021, 1 год). Google Chrome (не лицензируется). Microsoft Office 2007 (Microsoft Office 2010 Russian Academic Open License Майкрософт 47105956 30.06.2010 Mathcad 14 Autodesk AutoCAD 2015 (Autodesk Education Master Suite 2020 Autodesk 555-70284370 21.10.2020) CorelDRAW Graphics Suite X6. АИБС МАРК-SQL 1.17 КОМПАС-3D V15.2 (КОМПАС-Автопроект КОМПАС 3D V14 АСКОН МЦ-14-00430 01.01.2010 постоянная)
	Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Аудитория 103э Компьютер, монитор, телевизор Dexp 55"	Microsoft Windows 7 (Windows Prof 7 Academic Open License Майкрософт 47105956 30.06.2010) Kaspersky Endpoint Security для Windows (Kaspersky Endpoint Security Standard Edition Educational 2B1E-210325-090658-4-10160 350 13.02.2020 1год ООО «ДримСофт», договор №111 от 18.03.2021, 1 год) Google Chrome (не лицензируется) Microsoft Office 2007 (Microsoft Office 2010 Russian Academic Open License Майкрософт 47105956 30.06.2010)
	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

№ п/ п	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
		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.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 36.03.03 Зоотехния, направленность (профиль) «Технология производства продукции животноводства (по отраслям)».

Рабочая программа дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Составитель:

Заведующий кафедрой
менеджмента и права

Котлярова Л.Д.