

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Воронежский государственный аграрный университет
имени императора Петра I»

Экономический факультет

Кафедра управления и маркетинга в АПК

Практический маркетинг в агропромышленном комплексе

Методические указания по освоению дисциплины для обучающихся
по направлению подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент
(прикладная магистратура)
профилю «Аграрный менеджмент»

Практический маркетинг в агропромышленном комплексе: Методические указания по освоению дисциплины для обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент профилю «Аграрный менеджмент» / Составители: Е.В. Закшевская, Т.В. Закшевская. – Воронеж: ВГАУ, 2017. – 17 с.

Рецензент: доцент кафедры организации производства и предпринимательской деятельности в АПК ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, к. э. н., доцент Попкова Е.В.

Методические указания рассмотрены и рекомендованы к использованию в учебном процессе на заседании кафедры управления и маркетинга в АПК, протокол № 10 от 17.04.2017 г.

Методические указания рассмотрены и рекомендованы к использованию в учебном процессе на заседании методической комиссии экономического факультета, протокол № 3 от 16 мая 2017 г.

ВВЕДЕНИЕ

Необходимость введения и изучения дисциплины по данной магистерской программе связана с тем, что в условиях глобализации экономики и мирового продовольственного кризиса аграрному маркетингу в практике хозяйствования должна принадлежать ведущая роль. Знания и навыки, полученные при изучении курса, могут найти применение в диссертационной работе магистранта.

Предметом изучения дисциплины является система отношений, связанных с реализацией маркетинговой деятельностью на предприятиях и организациях АПК, ориентированной на потребности и запросы потребителей аграрной продукции.

Цель изучения дисциплины – сформировать у обучающихся систему профессиональных знаний, умений и навыков по вопросам практической реализации маркетинговой деятельности, пониманию современных рыночных процессов в агропромышленном комплексе и применение его эффективных технологий маркетинга в АПК.

Задачи дисциплины:

- овладение знаниями методов, приемов и организации агромаркетинга на предприятиях;

- овладение навыками и умением, необходимыми для разработок и реализации маркетинговых программ, ориентированных на максимальный эффект в агробизнесе, а именно: формирование знаний о товарной и ценовой политике на предприятиях АПК России; освоение особенностей технологии организации маркетинга, управления им и принятия маркетинговых решений;

- изучение особенностей товародвижения, рекламной деятельности на предприятиях АПК;

- формирование представления о концепции маркетинга в агропромышленном комплексе путем рассмотрения различных элементов данной хозяйственной системы.

Объектом изучения дисциплины могут быть различные хозяйствующие субъекты АПК, работающие на отраслевых аграрных рынках, или рыночные процессы агробизнеса.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 (Б1.В.03). Она базируется на ранее изученных дисциплинах «Маркетинг», «Менеджмент», «Бизнес-менеджмент» и др.

Требования к уровню освоения дисциплины.

Дисциплина нацелена на формирование компетенций:

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОК-1	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: контролируемые и неконтролируемые факторы в системе маркетинга. Уметь: анализировать и прогнозировать экономическую конъюнктуру, в том числе на аграрном рынке. Иметь навыки: системного и комплексного подхода к оценке маркетинговой деятельности товаропроизводителя.
ПК-4	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований. Уметь: готовить аналитические материалы по результатам применения количественных и качественных методов в маркетинговых исследованиях. Иметь навыки: проведения маркетинговых исследований, используя количественные и качественные методы.
ПК-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов в глобальной среде	Знать: существующие и применяемые подходы, идеи, решения в практическом маркетинге на перспективу. Уметь: разрабатывать мероприятия в области маркетинга применительно к АПК с учетом поведения конкурентной среды. Иметь навыки: самостоятельного анализа и работы в области практического маркетинга в АПК и разработки комплекса маркетинга его продукции.

Этапы формирования компетенций

Индекс	Формулировка	Разделы дисциплины								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
ОК-1	способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	+	+	+				+		
ПК-4	способность использовать количественные и			+				+	+	+

	качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения									
ПК-5	владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов в глобальной среде		+	+	+	+	+	+	+	+

Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды работ	Форма обучения		
	Очная		Заочная
	всего зач.ед./ часов	объём часов	всего часов
		2 семестр	2 курс
Общая трудоёмкость дисциплины	4/144	4/144	4/144
Общая контактная работа	63,25	63,25	25,25
Общая самостоятельная работа (по учебному плану)	80,75	80,75	118,75
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч.	63,0	63,0	22,5
лекции	18	18	4
практические занятия	42	42	18
Вид промежуточной аттестации	Экзамен, КП	Экзамен, КП	Экзамен, КП

3. Цель методических рекомендаций - обеспечить обучающемуся оптимальную организацию процесса освоения дисциплины.

Процесс освоения дисциплины включает посещение лекций, практических занятий по расписанию, самостоятельную работу обучающегося, а также прохождение текущего контроля знаний и промежуточной аттестации (сдача экзамена).

1. УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому контроль над систематической работой обучающихся всегда находится в центре внимания кафедры. Обучающимся необходимо перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, доступную в электронной образовательной среде Университета <http://io.vsau.ru/>. Это позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы; - на отдельные лекции приносить соответствующий материал на бумажных носителях, представленный лектором на портале или присланный на «электронный почтовый ящик группы» (таблицы, графики, схемы).

Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции.

Перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях. Не оставляйте «белых пятен» в освоении материала.

Лекция является важнейшей формой усвоения теоретического материала, поскольку в режиме реального времени преподаватель может ответить на любой вопрос, возникающий у обучающегося по ходу восприятия лекционного материала, очень важны и комментарии преподавателя по самым разным вопросам теории и практики изучаемой дисциплины. Часто преподаватель дает на лекции самую актуальную информацию, почерпнуть которую самостоятельно обучающемуся не всегда удастся. Кроме указанных объективных причин, требующих от обучающегося посещения лекций, можно отметить и субъективные причины. Посещение лекций является одним из важнейших факторов, характеризующих отношение обучающегося к учебному процессу в целом, и к данной дисциплине в частности. А при текущем и итоговом контроле знаний удельный вес субъективных критериев у каждого преподавателя довольно высок. Следует помнить, что лекция – это не монолог преподавателя. Вопросы, заданные лектору по изучаемой теме, помогут лучше разобраться в ней не только Вам, но и всем остальным магистрантам, присутствующим на лекции.

Несмотря на то, что каждому обучающемуся предоставляется доступ к компьютерным презентациям всего лекционного материала, рекомендуется делать конспекты лекций, в которых необходимо фиксировать наиболее важные моменты, связанные с освоением того или иного теоретического вопроса.

Чтение лекций осуществляется в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины и календарным планом, разрабатываемым ведущим курса.

Учебная дисциплина включает следующие разделы.

Тема 1. Введение в дисциплину «Практический маркетинг в АПК»

Понятие и предмет изучения дисциплины «Практический маркетинг в АПК». Соотношение понятий «маркетинг», «аграрный маркетинг» и «практический маркетинг в АПК». Основные проблемы маркетинга на предприятиях АПК в России. Рекомендуемая литература.

Тема 2. Особенности и возможности применения маркетинга в АПК

Сущность и особенности аграрного маркетинга. Стратегические мотивы развития маркетинговой деятельности в АПК. Основные цели, задачи, принципы и функции аграрного маркетинга. Характеристика практической маркетинговой деятельности на предприятии АПК.

Тема 3. Особенности маркетинговых исследований отраслевых аграрных рынков

Основные объекты рыночных исследований. Методика проведения маркетингового исследования. Методы исследования и документирование результатов исследования. Особенности изучения конъюнктуры внутренних и мировых аграрных рынков. Практические рекомендации как результат конъюнктурного исследования. Количественная и качественная оценка ресурсного потенциала предприятия и его сбытовых возможностей.

Тема 4. Разработка товарной политики на предприятии АПК

Особенности разработки товарной политики в аграрном маркетинге. Планирование ассортиментной политики. Брендинг и его роль в реализации маркетинговых стратегий. Товарная марка продукции. Корпоративные символы и разработка стратегии марки. Маркировка продукции.

Тема 5. Разработка ценовой политики на предприятии АПК

Факторы, влияющие на формирование цены на отечественном и зарубежных рынках. Виды цен, используемых на внутренне рынке и во внешне-торговых операциях. Методика расчета цены. Ценовые стратегии на аграрных рынках.

Тема 6. Разработка сбытовой политики на предприятии АПК

Особенности процесса товародвижения в аграрном маркетинге. Факторы, влияющие на выбор посредников. Особенности выбора посредников в аграрном маркетинге. Способы проникновения на зарубежные рынки. Формы и методы выхода компании на зарубежные рынки, оценка надежности партнеров.

Тема 7. Разработка политики по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на предприятии АПК

Особенности и основные стратегии рекламирования аграрной продукции. Рекомендации для обеспечения эффективной рекламы. Ограничения в рекламной деятельности: законодательные и налоговые, языковые и культурные, ограничения средств массовой информации и ограничения на производство рекламной продукции. Основные средства стимулирования сбыта продукции на аграрных рынках. Основные цели и направления стимулирования сбыта. Оценка эффективности системы стимулирования сбыта предприятий и организаций АПК.

Тема 8. Планирование и организация маркетинговой деятельности на предприятии АПК

Основы управления агромаркетингом. Процесс планирования агромаркетинга и его этапы: анализ внешней среды, определение целей, разработка стратегии, разработка плана маркетинговых мероприятий, исполнение и контроль. Стратегии корпоративного роста. SWOT-анализ как один из инструментов маркетингового стратегического анализа. Формы организации управления маркетинговой деятельностью на предприятии АПК.

Тема 9. Факторы повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии АПК и методы ее оценки

Контроль в системе маркетинга и его основные направления. Мониторинг эффективности проведения маркетинговых мероприятий. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности. Подготовка практических рекомендаций по улучшению маркетинговой деятельности на предприятии АПК.

2. УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Практические занятия – вид учебных занятий, ориентированный на практическое усвоение материала с помощью приборов, инструментов, технических средств обучения, компьютеров и другого специального оборудования.

Обучающая функция практических занятий заключается в освоении обучающемся практических навыков разработки и реализации экономико-математических моделей, позволяющих решать прикладные задачи из будущей профессиональной деятельности магистрантов.

Развивающая функция практических занятий реализуется через ориентацию обучающегося на самостоятельное решение отдельных проблем из будущей профессиональной деятельности с помощью специальных методов и инструментов реализации экономических задач.

Воспитательная функция практических занятий заключена в тесном контакте преподавателя с каждым магистрантом, позволяющем максимально эффективно воздействовать на мировоззрение магистранта, на формирование у магистрантов навыков культуры общения и чувства корпоративной этики.

Организирующая функция практических занятий предусматривает управление самостоятельной работой магистрантов как в процессе практических занятий, так и после них. В ходе практических занятий осваиваются алгоритмы решения экономико-математических задач и технологии разработки и реализации экономико-математических моделей, которые создают базис для дальнейшей самостоятельной работы магистрантов, для формирования навыков исследовательской работы, для генерации новых знаний через использование различного рода информационных ресурсов.

Практические занятия по дисциплине проводятся по группам.

Цель практических занятий по дисциплине заключается в установлении связей теории с практикой в форме экспериментального подтверждения положений теории; обучении магистрантов умению использовать учебный материал для разрешения практических задач и ситуаций, анализировать полученные результаты; в проведении контроля самостоятельной работы магистрантов по освоению курса; обучении навыкам профессиональной деятельности.

Основными структурными элементами практических занятий являются: обсуждение преподавателем совместно со магистрантами темы занятий с пояснением ее взаимосвязи с будущей профессиональной деятельностью; освоение алгоритма и самостоятельно решения ситуационных и других задач;

консультации преподавателя во время занятий;

обсуждение и оценка полученных результатов;

письменный или устный отчет магистрантов о выполнении заданий;

текущий контроль знаний.

Проведение практических занятий должно осуществляться в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины и календарным планом, разрабатываемым ведущим курса.

Тематика практических занятий с обучающимися:

- 1 Актуальность и значимость практического маркетинга в АПК
- 2 Особенности и возможности применения маркетинга в АПК
- 3 Особенности маркетинговых исследований отраслевых аграрных рынков
- 4 Разработка товарной политики на предприятии АПК
- 5 Разработка ценовой политики на предприятии АПК
- 6 Разработка сбытовой политики на предприятии АПК
- 7 Разработка политики по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на предприятии АПК
- 8 Планирование и организация маркетинговой деятельности на предприятии АПК
- 9 Факторы повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии АПК и методы ее оценки

3. УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины обучающимся предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Обучающимся следует выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения. С этой целью следует использовать следующие методические указания:

Практический маркетинг в агропромышленном комплексе: Методические указания по самостоятельной работе обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (прикладная магистратура) профилю «Аграрный менеджмент» / Е.В. Закшевская, Т.В. Закшевская. – Воронеж: ВГАУ, 2017 – 13 с.

4. ПОДГОТОВКА К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1 Общие сведения

Целью текущего контроля знаний со стороны преподавателя является оценка качества освоения магистрантами данной дисциплины в течение всего периода ее изучения. К главной задаче текущего контроля относится повышение мотивации обучающихся к регулярной учебной работе, самостоятельной работе, углублению знаний, дифференциации итоговой оценки знаний.

Преподаватель, осуществляющий текущий контроль, на первом занятии доводит до сведения обучающихся требования и критерии оценки знаний по дисциплине. В целях предупреждения возникновения академической задолженности (либо своевременной ее ликвидации) преподаватель проводит регулярные консультации и иные необходимые мероприятия в пределах учебных часов, предусмотренных учебным планом.

При преподавании данной дисциплины предусматриваются следующие формы текущего контроля знаний: в форме индивидуальных опросов, в форме тестирования, проверки контрольных работ (если таковые предусмотрены) и собеседования с магистрантом.

Промежуточная аттестация проводится в форме сдачи экзамена.

Магистрант должен с первого занятия помнить, что по каждому разделу дисциплины будет проводиться тестирование по материалам теоретического курса, а по результатам выполненных тем практических занятий будет проводиться индивидуальный опрос.

Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации происходит как в ходе отдельных аудиторных занятий, так и во время внеаудиторной работы.

По итогам выполнения заданий по каждой теме практических занятий необходимо сформировать письменный отчет с результатами каждого задания. При подготовке к защите отчета (сдаче работы) необходимо самостоятельно повторить лекционный материал по данной теме и провести самоконтроль знаний на основании перечня вопросов для самоконтроля по отдельным темам, приведенных в рекомендуемых учебных пособиях по данной дисциплине.

К промежуточному итоговому контролю следует готовиться на основании вопросов для экзамена, приведенных в рабочей программе по данной дисциплине.

4.2 Текущий контроль знаний в форме индивидуальных опросов

Постоянный текущий контроль знаний (после изучения каждой темы и раздела) позволяет магистранту систематизировать знания как в разрезе отдельных тем, так и отдельных разделов дисциплины. По итогам каждой темы практических занятий должен быть сформирован отчет с результатами выполнения индивидуального задания. В ходе индивидуального опроса преподаватель должен проверить правильность выполнения задания и уровень освоения магистрантом данной темы.

При индивидуальном опросе преподаватель обращает особое внимание на знание алгоритмов разработки, реализации и решения задач предметной области. По результатам опроса по каждой теме магистранту выставляется оценка.

Критерии оценки знаний по отдельным темам:

- оценка «отлично» выставляется, если магистрант выполнил задание полностью и без ошибок, показал полные и глубокие знания по изученной теме, логично и аргументировано ответил на все вопросы по выполненному заданию;
- оценка «хорошо» выставляется, если магистрант выполнил задание полностью и без ошибок, твердо знает материал по данной теме, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в ответе, достаточно полно отвечает на вопросы по выполненному заданию;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если магистрант выполнил задание полностью, но с незначительными ошибками, показал знание только основ материала по данной теме, усвоил его поверхностно, но не допускал при ответе на вопросы грубых ошибок или неточностей;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если магистрант выполнил задание полностью, но с грубыми ошибками, не знает основ материала по данной теме, допускает при ответе на вопросы грубые ошибки или неточности.

Обучающийся не аттестуется по данной теме, если задание по теме не выполнено или выполнено не полностью.

Если обучающийся не аттестован хотя бы по одной из тем практических занятий или имеет оценку «неудовлетворительно», то преподаватель, ведущий практические занятия, имеет право не допустить магистранта до сдачи экзамена.

4.3 Текущий контроль знаний в форме тестирования

Тестирование - форма унифицированного контроля знаний, умений и навыков на основе тестов, стандартизированных процедур проведения тестового контроля, обработки, анализа и представления результатов. Тестирование как форма текущего контроля знаний используется по мере изучения отдельных разделов дисциплины. Также тестирование проводится и после изучения всего курса.

Вопросы тестов приведены в соответствующем разделе фонде оценочных средств по дисциплине. Тестирование по разделам дисциплины и в целом по дисциплине проходит в соответствии с графиком тестирования, составляемым на основе календарных планов проведения аудиторных занятий.

Ступени уровня освоения компетенций	Отличительные признаки	Показатель оценки сформированной компетенции
Пороговый	Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления.	Не менее 55% баллов за задания теста.
Продвинутый	Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал.	Не менее 75% баллов за задания теста.
Высокий	Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует.	Не менее 90% баллов за задания теста.
Компетенция не сформирована		Менее 55% баллов за задания теста.

На основании аттестации по отдельным темам практических занятий и результатов тестирования преподаватель, ведущий практические занятия, выводит среднюю интегрированную оценку, которой он оценивает результаты освоения дисциплины каждым магистрантом.

4.4 Текущий контроль знаний в форме проверки контрольной работы и собеседования с магистрантом (для заочной формы обучения)

Контрольная работа учебным планом не предусмотрена

4.5 Текущий контроль индивидуальных заданий в форме реферата/эссе

Тематика рефератов/эссе:

1. Цели агромаркетинга и ранжирование стратегических задач.
2. Задачи и принципы планирования агромаркетинга.
3. Значение информации и процесса коммуникации в агромаркетинговой си-

стеме компании.

4. Характеристика источников агромаркетинговой информации.
5. Современные маркетинговые концепции и тенденции развития внутрифирменного управления компании.
6. Задачи и организационные структуры службы маркетинга на предприятии АПК.
7. Формы взаимодействия службы маркетинга с другими подразделениями предприятия и другими субъектами в АПК.
8. Планирование бюджета маркетинга на предприятиях АПК*.
9. Виды страхования, связанные с предпринимательскими рисками, на аграрном рынке.
10. Международная конкуренция и риски на аграрном рынке.
11. Стратегии предприятия на конкретном отраслевом аграрном рынке*.
12. Государственное регулирование маркетинговой деятельности в России*.
13. Методика расчета цен на экспортную продукцию.
14. Методика определения конкурентоспособности предприятия АПК.
15. Методы маркетинговых исследований.
16. Методика определения бюджета рекламной кампании.
17. Определение эффективности рекламы*.
18. Методика разработки маркетинговой программы предприятия АПК.
19. Брендинг как направление маркетинговой деятельности.
20. Методики анализа конкурентоспособности аграрной продукции.
21. Традиции российского купечества.
22. Использование ситуационного анализа при решении маркетинговых проблем*.
23. Карьера в маркетинге и требования к специалистам.
24. Особенности маркетинга средств производства.
25. Адаптация к веку электронного маркетинга.
26. Методы и инструменты маркетингового исследования.
27. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятий АПК.
28. Принципы сегментации аграрного рынка.
29. Полезность ситуационного анализа как инструмента самоконтроля маркетинговой деятельности предприятия.
30. Разработка фирменного стиля предприятия АПК*.

4.6 Промежуточная аттестация в форме зачета

Зачет учебным планом не предусмотрен.

4.7 Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета по результатам защиты курсового проекта

При оценке курсового проекта учитываются качество выполненной работы, оформление, язык и стиль изложения, выступление магистранта на защите, ответы на вопросы по теме. Защита и оценка курсового проекта – это подведение итогов самостоятельной работы магистранта.

Оценка	Критерии
«отлично»	ставится за всестороннюю глубокую разработку темы на основе широкого круга источников информации; если проявлено критическое отношение к использованному материалу, самостоятельность суждений и выводов, правильно произведен анализ имеющейся информации и необходимые расчеты, нет существенных недостатков в стиле изложения.
«хорошо»	ставится при нарушении одного из ранее изложенных требований. Например, в случае ошибок в анализе, расчетах, выводах, но при условии достаточно полной, глубокой и самостоятельной проработки темы, а также соблюдении всех других требований (глубина, широта информации, связи с хозяйственной практикой и т.д.).
«удовлетворительно»	ставится за работу, текст и цифровые данные которой свидетельствуют о том, что обучающийся ознакомился и проработал основные источники информации, без привлечения которых работа вообще не могла бы быть выполнена, а содержание темы раскрыл в основном правильно.
«неудовлетворительно»	Курсовой проект может быть не допущен к защите, если он не отвечает предъявленным требованиям, не раскрывает существо исследуемой проблемы и соответственно оценивается неудовлетворительно. Причиной «не допуска» к защите также может быть небрежность в оформлении проекта. В этих случаях курсовой проект возвращается магистранту на доработку. После устранения указанных замечаний проект повторно представляется руководителю. Доработка производится на дополнительных листах. Курсовой проект должна быть написана в сроки, устанавливаемые кафедрой. Несвоевременное представление курсового проекта на кафедру приравнивается к неявке на экзамен, поэтому магистрант, не сдавший без уважительных причин в срок курсовой проект, получает неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность и не допускается к сдаче экзамена по данной дисциплине.

4.8 Промежуточная аттестация в форме экзамена

Допуск к сдаче экзамена:

1. Посещение занятий. Допускается один пропуск без предъявления справки.
2. На тестировании достигнут пороговый уровень освоения компетенции.
3. Выполнены все практические задания.
4. Защита курсового проекта.

Магистранты, имеющие по всем темам практических занятий оценки «отлично» и набравшие в ходе заключительного тестирования не менее 90 баллов, могут быть рекомендованы к освобождению от экзамена с выставлением итоговой оценки «отлично».

Экзаменационный билет содержит два теоретических вопроса и одно практическое задание.

Вопросы, выносимые на экзамен, приведенные в Фонде оценочных средств по дисциплине:

1. Понятие, сущность и особенности агромаркетинга.
2. Проблемы и тенденции развития агромаркетинга в России.
3. Цели, принципы и функции агромаркетинга.
4. Основные концепции агромаркетинга и их характеристика.
5. Структура и содержание агромаркетинговой среды.
6. Основные направления маркетинговых исследований и особенности их организации на аграрном рынке.
7. Методы исследования конъюнктуры аграрного рынка и конъюнктурообразующие факторы.
8. Концепция рыночной сегментации и этапы процесса сегментации.
9. Признаки и критерии сегментации отраслевых аграрных рынков.
10. Особенности позиционирования и дифференцирование аграрной продукции и продукции других отраслей АПК.
11. Разработка товарной политики в агромаркетинге.
12. Разработка маркетинговой стратегии для товара на предприятии АПК.
13. Брендинг и его роль в реализации маркетинговых стратегий.
14. Особенности построения и разработки бренда.
15. Товарная марка продукции и разработка стратегии марки на предприятии АПК.
16. Разработка ценовой политики на предприятии АПК.
17. Факторы, влияющие на формирование цены на продукцию АПК.
18. Ценовые стратегии на зарубежных аграрных рынках.
19. Виды цен, используемых во внешнеторговых операциях на аграрных рынках.
20. Разработка сбытовой политики на предприятии АПК.
21. Особенности процесса товародвижения в агромаркетинге.
22. Особенности выбора посредников в агромаркетинговой деятельности.
23. Каналы распределения аграрной продукции, их виды и функции.
24. Организация системы распределения аграрной продукции.
25. Маркетинговая оценка надежности деловых партнеров.
26. Реклама, ее основные виды и функции, особенности в агромаркетинге.
27. Особенности позиционирования и рекламирования аграрного сырья и продовольствия.
28. Основные средства стимулирования сбыта аграрной продукции.
29. Основы управления агромаркетингом.
30. Процесс планирования аграрного маркетинга и его этапы.

31. Стратегии корпоративного роста.
32. Понятие и формы конкуренции на аграрном рынке.
33. Конкурентное преимущество и факторы его удержания в агромаркетинге.
34. Понятие, виды и факторы конкурентоспособности аграрной продукции.
35. Оценка конкурентной среды и показатели конкурентоспособности предприятия АПК на аграрном рынке.
36. Пути достижения конкурентоспособности товара и компании.
37. Способы избежания рисков в агромаркетинговой деятельности.
38. Понятия «сельскохозяйственный маркетинг», «агромаркетинг», «маркетинг агробизнеса».
39. Необходимость маркетинга в сельском хозяйстве
40. Составляющие системного подхода практического маркетинга.
41. Процедуры государственного регулирования продовольственного рынка.
42. Отечественный и зарубежный опыт агромаркетинга.
43. Порядок проведения работ по сегментированию рынка.
44. Расчет емкости рынка.
45. Расчет рыночного потенциала предприятия.
46. Прогнозирование сбыта продукции.
47. Фьючерсный рынок и хеджирование.
48. Составляющие ассортимента продукции и процедура его формирования.
49. Интересы сельскохозяйственных производителей и системы продовольственного маркетинга.
50. Процедуры взаимодействия с покупателями и формирование лояльности потребителя.

Экзамен проходит в устной форме, но с предоставлением экзаменатору тезисов ответов на вопросы экзаменационного билета, решения практического задания.

Тезисы ответов на вопросы экзаменационного билета хранятся у экзаменатора 30 дней со дня проведения экзамена.

Критерии оценки знаний, продемонстрированных при сдаче экзамена:

Оценка экзаменатора, уровень	Критерии (дописать критерии в соответствии с компетенциями)
«отлично», высокий уровень	Обучающийся показал прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи повышенной сложности, свободно использовать справочную литературу, делать обоснованные выводы
«хорошо», повышенный уровень	Обучающийся показал прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты.

«удовлетворительно», пороговый уровень	Обучающийся показал знание основных положений учебной дисциплины, умение получить с помощью преподавателя правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой, знакомство с рекомендованной справочной
«неудовлетворительно»	При ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

Кроме того, обучающемуся может быть выставлена оценка «неудовлетворительно» в случае нарушения им правил поведения на экзаменах, установленных локальными нормативными актами, и соответствующего его удаления из экзаменационной аудитории независимо от уровня подготовки.

Общая экзаменационная оценка знаний обучающегося складывается из оценок по каждому из вопросов экзаменационного билета, практическому заданию и ответов на дополнительные вопросы.

Полное описание фонда оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся с перечнем компетенций, описанием показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы представлены в отдельном документе ФОС, доступном в электронной образовательной среде Университета <http://io.vsau.ru/>.