

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РФ**

**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 выполнению курсовых проектов  
для обучающихся на экономическом факультете  
по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент  
профилю «Аграрный менеджмент»

Составители: Закшевская Е.В., Чарыкова О.Г., Закшевская Т.В., Загвозкин М.В.

Рецензенты: д.э.н., профессор Медеяева З.П.

Методические указания по выполнению курсовых проектов по дисциплине «Практический маркетинг в агропромышленном комплексе» для обучающихся на экономическом факультете по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент профилю «Аграрный менеджмент» одобрены и рекомендованы к изданию решением кафедры управления и маркетинга в АПК (протокол № 12 от 26.06.2018 г.) и методической комиссией экономического факультета (протокол № 1 от 31.08.2018 г.).

## Введение

Цель написания курсового проекта по дисциплине «Практический маркетинг в агропромышленном комплексе» – сформировать, закрепить и расширить у обучающихся профессиональные знания, умения и навыки по вопросам практической реализации маркетинговой деятельности и применение его эффективных технологий маркетинга в агропромышленном комплексе.

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

Предметом дисциплины является система управления маркетинговой деятельностью предприятий и организаций АПК, ориентированной на потребности и запросы потребителей аграрного сырья, продукции и продовольствия.

Необходимость введения и изучения дисциплины по указанному профилю, а также закрепление знаний, умений и навыков в процессе подготовки курсового проекта связаны с тем, что в условиях глобализации экономики и мирового продовольственного кризиса аграрному маркетингу в практике хозяйствования должна принадлежать ведущая роль. Знания, умения и навыки, полученные при изучении курса и написании курсового проекта, могут найти применение при подготовке выпускной квалификационной работы (диссертационном исследовании) магистранта.

При написании курсового проекта по дисциплине «Практический маркетинг в агропромышленном комплексе» у обучающегося формируются следующие компетенции:

1) способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1). Обучающийся должен: 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;

2) способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4). Обучающийся должен: 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;

3) владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов в глобальной среде (ПК-5). Обучающийся должен: 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.

## **1. Общие положения и этапы подготовки курсового проекта**

Рекомендуются следующие этапы подготовки курсового проекта:

1. Выбор темы и обоснование ее актуальности.

2. Составление библиографии, ознакомление с законодательными актами, нормативными документами и другими источниками, относящимися к теме исследования.

3. Сбор научного и фактического материала по исследуемой проблеме в специализированной экономической литературе, статистических источниках, плановых, отчетных и первичных документах предприятия, на сайтах в сети Интернет и т.д.

4. Обработка и анализ полученной информации с применением современных методов исследования.

5. Разработка проектных мероприятий.

6. Формулировка выводов и предложений.

7. Оформление списка использованной литературы и приложений.

Обучающийся несет полную ответственность за самостоятельность и достоверность результатов проведенного курсового проектирования.

Обучающимся предоставляется право выбора темы курсового проекта. Он самостоятельно выбирает тему курсового проекта из числа рекомендуемых в данном методическом пособии тем, либо обоснованно предлагает собственную тему для исследования и согласовывает ее с преподавателем.

Для выполнения курсового проекта обучающиеся должны использовать специальную литературу по проблемам практического маркетинга в АПК, в том числе изданную в течение последних пяти лет, статистическую и другую информацию, необходимую для освещения вопросов темы. Рекомендуется изучить соответствующие выбранной теме труды отечественных и зарубежных ученых, Законы Российской Федерации и решения правительственных органов, проанализировать статистические данные развития конкретного товарного рынка региона или страны, маркетинговую деятельность предприятия или организации АПК, используя каталоги как вузовской, так и других библиотек, периодические издания, ресурсы Интернета.

После ознакомления с литературными источниками обучающийся приступает к составлению плана курсового проекта. План отражает содержание работы в виде основных исследуемых вопросов. Количество вопросов и их порядок в плане определяется в каждом конкретном случае с учетом специфики темы.

Курсовой проект должен быть подготовлен и оформлен в соответствии с данными методическими указаниями. Его объем не должен превышать 45-50 страниц печатного текста на формате А4, полуторным интервалом, 14 шрифтом (в иллюстрированном материале допускаются 10-12 шрифты).

После завершения курсовой проект сдается на кафедру (ауд. 272), регистрируется и передается руководителю для проверки в соответствии с утвержденным на кафедре графиком.

После проверки руководителем проект допускается к защите или возвращается на доработку.

Защита курсовых проектов проводится комиссионно в соответствии с утвержденным на кафедре графиком.

Она может проходить в различных формах:

– в присутствии группы, когда автору курсового проекта предоставляется 5-10 минут для доклада основных положений работы, после чего ему задаются вопросы по существу проделанной работы;

– индивидуально, в форме обсуждения исследуемой в курсовом проекте проблемы и способов ее решения;

– в форме тестирования (в основном для обучающихся по дистанционным технологиям).

Оценка за курсовой проект выставляется дифференцированно, исходя из качества его содержания и выступления, правильности ответов на поставленные вопросы при обсуждении, соблюдения графика выполнения.

Критерии оценки курсового проекта:

«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 студент ознакомился и проработал основные источники информации, без привлечения которых работа вообще не могла бы быть выполнена, а содержание темы раскрыл в основном правильно;

«неудовлетворительно» – работа может быть не допущена к защите, если она не отвечает предъявленным требованиям, не раскрывает существо исследуемой проблемы и соответственно оценивается неудовлетворительно. Причиной «не допуска» к защите также может быть небрежность в оформлении работы. В этих случаях курсовая работа возвращается студенту на доработку. После устранения указанных замечаний работа повторно представляется руководителю. Доработка производится на дополнительных листах. Курсовая работа должна быть написана в сроки, устанавливаемые кафедрой. Несвоевременное представление курсовой работы на кафедру приравнивается к неявке на экзамен, поэтому студент, не сдавший без уважительных причин в срок курсовую работу, получает неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность и не допускается к сдаче экзамена по данной дисциплине.

## 2. Структура и содержание курсового проекта

Курсовой проект состоит из введения, трех глав, выводов и предложений, списка использованной литературы и приложений.

Объем курсового проекта, как правило, составляет не более 60 страниц машинописного текста через 1,5 интервала.

Объем приложений не ограничивается.

**Во введении** даются обоснование актуальности выбранной темы, цели, задачи, методы, практическая значимость. Кроме того, нужно написать об объекте и предмете исследования, информационной базе. Целесообразно остановиться на методике исследования, указав, какие конкретно применялись методы, как проводилась обработка материала.

Объем введения – не более 3 страниц.

**Первая глава**, как правило, носит теоретико-методический характер. Здесь излагается история вопроса, степень его изученности на основе обзора соответствующей отечественной и зарубежной литературы.

В этой главе нужно раскрыть понятия и сущность изучаемого явления или процесса, выявить тенденции развития тех или иных процессов на современном этапе, рассмотреть опыт и методики.

При этом целесообразно использовать справочные и обзорные таблицы, графики.

Объем первой главы – 10-15 страниц.

**Во второй главе** приводится краткая характеристика объекта исследования, технико-экономическая и финансовая диагностика состояния предприятия (см. приложение 1 и 2), проводится анализ рынка выбранного товара.

Следует отметить, что содержание второй главы носит аналитический и практический характер. Это самостоятельный экономический, правовой, финансовый и статистический анализ собранного материала. При этом в тексте курсового проекта не обязательно приводить формулы и описывать методы, содержащиеся в специальной литературе. Однако если те или методы использованы, то ссылка на использованную литературу обязательна.

Все расчеты, выполненные с применением вычислительной техники, следует вынести в приложение, а в главе привести только полученные результаты и их обоснование.

Объем второй главы – 15-20 страниц.

**В третьей главе** обучающийся должен предложить направления совершенствования исследуемых процессов, разработать проект мероприятий и экономически обосновать их.

Объем третьей главы – 15-20 страниц.

В **заключении** формулируются основные краткие выводы и предложения по теме курсового проекта, которые должны носить конкретный, обоснованный характер и иметь сведения о совокупном экономическом эффекте от разработанных мероприятий.

Объем не должен превышать 3 страниц.

**Список использованной литературы** должен включать только те источники, которые изучались и использовались автором при написании курсового проекта (не менее 40 позиций). Список включает в себя нормативно-правовые акты, специальную научную и учебную литературу, другие использованные материалы и должен быть организован в соответствии с едиными требованиями библиографического описания произведений печати.

Образец списка использованной литературы приведен в Приложении 3.

**Приложения** помещают после списка литературы в порядке их упоминания в тексте. Каждое приложение следует начинать с нового листа, в правом верхнем углу которого пишется слово «Приложение» и номер, обозначены арабской цифрой (без знака №).

### **3. Оформление курсового проекта**

После согласования окончательного варианта курсового проекта с преподавателем, его брошюруют в специальной папке или переплетают. Он должен быть оформлен на одной стороне листа бумаги формата А4. Допускается представлять таблицы и иллюстрации на листах бумаги формата не более А3.

Текст следует печатать через 1,5 интервала (размер шрифта – 14), соблюдая следующие размеры полей: левое – не менее 30 мм; правое – не менее 10 мм; верхнее и нижнее – не менее 20 мм.

Все страницы дипломной работы обязательно должны быть пронумерованы, номера страниц проставляются вверху страницы в центре.

Бланк титульного листа курсового проекта оформляется по прилагаемому образцу (приложение 4).

За титульным листом располагают оглавление, с выделением глав и параграфов (разделов и подразделов) по схеме, принятой в типографских изданиях.

Каждая глава начинается с новой страницы, параграфы (подразделы) располагаются друг за другом через один интервальный пробел.

В тексте курсового проекта рекомендуется чаще применять красную строку, выделяя законченную мысль в самостоятельный абзац. Можно цитировать других авторов для аргументации и в случае необходимости излагать чужие мысли своими словами, но и в этом варианте необходимо делать ссылку на первоисточник. Ссылка должны быть краткой, т. е. сразу после окончания цитаты или изложения чужой мысли в тексте указывается номер источника из списка литературы и страница (например, [25, с. 58]). Подробное описание выходящих данных источника делается в списке литературы в конце проекта.

Для наглядности в курсовой проект могут быть включены рисунки (графики, схемы, диаграммы и пр.), выполненные в строгом соответствии с ГОСТом. Нумерация таблиц и рисунков должна быть отдельной и сквозной (на протяжении всего курсового проекта). Слово и ее порядковый номер таблицы (например – Таблица 1) пишется сверху самой таблицы в левой стороне, затем ставится дефис и пишется с большой буквы ее название и единица измерения (если она общая для всех граф и строк таблицы).

На каждую таблицу в тексте курсового проекта должно быть как минимум две ссылки: до таблицы и после нее, либо в следующем абзаце, если таблица переносится на следующую страницу. В ссылке на таблицу каждый раз указывается ее номер. Разрывать таблицу и переносить часть ее на другую страницу можно только в том случае, если она целиком не умещается на одной странице. При этом на другую страницу переносится либо шапка таблицы, либо заголовок «Продолжение таблицы 1».

Если таблица заимствована или рассчитана по данным экономической периодики или другого литературного источника, внизу таблицы делается обязательная ссылка на первоисточник (по правилам цитирования).

Формулы расчетов в тексте надо выделять, записывая их более крупным шрифтом и отдельной строкой, давая подробное пояснение каждому символу (когда он встречается впервые). Рекомендуется нумеровать формулы в пределах каждого раздела, особенно, если в тексте приходится на них ссылаться.

Излагать материал в курсовом проекте следует четко, ясно, применяя принятую научную терминологию, избегая повторений и общеизвестных положений, имеющих в учебниках и учебных пособиях. Пояснять надо только малоизвестные или разноречивые понятия, делая ссылку на авторов, высказывающих разные мнения по одному и тому же вопросу.

#### **4. Руководитель курсового проекта, его права и обязанности**

В период подготовки и написания курсового проекта обучающийся пользуется данными методическими указаниями и может обращаться за консультациями к преподавателю – руководителю курсового проектирования.

Руководитель обязан представить для обучающихся на информационном стенде график сдачи курсовых проектов на проверку и график их защиты с указанием членом комиссии, даты, места и времени.

На различных стадиях подготовки и выполнения курсового проекта задачи руководителя изменяются.

На первом этапе подготовки курсового проекта он консультирует в выборе темы, рассматривает и корректирует его план и дает рекомендации по списку литературы.

В ходе выполнения исследовательской работы – он является оппонентом, указывая магистранту на недостатки аргументации, композиции, стиля и т. д. и рекомендует, как их лучше устранить. К рекомендациям и замечаниям преподавателя магистрант может относиться критически, может учитывать их или отклонять по своему усмотрению, так как теоретически и методологически правильная разработка, и освещение темы, а также качество содержания и оформления курсового проекта целиком и полностью лежат на его ответственности.

Законченный курсовой проект, подписанный обучающимся, представляется на кафедру в печатном виде не позднее, чем за 10 дней до защиты. После регистрации на кафедре - выкладывается в электронном виде в портфолио.



Преподаватель имеет право не допускать обучающегося к защите курсового проекта в случаях, если:

во-первых, курсовой проект оформлен неправильно, с нарушением требований ГОСТ,

во-вторых, его тема не согласована с преподавателем и не соответствует профилю специальности и дисциплины,

в-третьих, существенно нарушены сроки сдачи проекта на проверку (в том числе после его доработки),

в-четвертых, имеются существенные замечания преподавателя к содержанию курсового проекта.

После получения окончательного варианта курсового проекта преподаватель является экспертом и составляет краткий письменный отзыв либо в самом проекте, либо на отдельном листе. В отзыве он всесторонне характеризует качество курсового проекта, отмечает положительные стороны и имеющиеся (не устраненные) недостатки, оценивает проделанную студентом работу, допускает его либо не допускает к защите курсового проекта в комиссии.

В процессе защиты обучающийся кратко излагает суть курсового проекта и отвечает на вопросы членов комиссии. После ознакомления с курсовым проектом, отзывом руководителя и получения ответов магистранта, комиссия принимает решение об окончательной оценке, которая ставится преподавателем в зачетную книжку и вносится в экзаменационную ведомость.

## **5. Рекомендуемые темы курсовых проектов по дисциплине «Практический маркетинг в агропромышленном комплексе»**

1. Разработка маркетинговой стратегии предприятия АПК на отраслевом рынке (на примере рынка определенной продукции).

2. Маркетинговые исследования рынка для конкретного предприятия АПК (на примере рынка определенной продукции: зерна, молока и пр.).

3. Разработка и обоснование товарной политики сельскохозяйственного или агропромышленного предприятия на исследуемом рынке.

4. Разработка и обоснование ценовой политики сельскохозяйственного или агропромышленного предприятия на исследуемом рынке.

5. Разработка и обоснование сбытовой политики сельскохозяйственного или агропромышленного предприятия на исследуемом рынке.

6. Разработка и обоснование коммуникационной политики сельскохозяйственного или агропромышленного предприятия на исследуемом рынке.

7. Оценка и управление рисками в сельскохозяйственном или агропромышленном предприятии на исследуемом товарном рынке.

8. Повышение конкурентоспособности сельскохозяйственного или агропромышленного предприятия на исследуемом рынке.

9. Формирование комплекса маркетинга конкретного продукта на предприятии АПК.

10. Разработка маркетинговой программы предприятия АПК.

## Примерное содержание основных тем курсовых проектов

### Тема 1. РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ АПК НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ (НА ПРИМЕРЕ РЫНКА ОПРЕДЕЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ)

Введение

1. Теоретические основы формирования маркетинговой стратегии предприятия

1.1 Сущность и содержание маркетинга и его особенности в АПК

1.2 Этапы формирования маркетинговой стратегии

2. Оценка современного состояния исследуемого предприятия АПК на отраслевом рынке (*определенной продукции*)

2.1 Краткая характеристика объекта исследования

2.2 Оценка факторов маркетинговой среды предприятия АПК

3. Разработка маркетинговой стратегии на отраслевом рынке для конкретного предприятия АПК

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

### Тема 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ДЛЯ КОНКРЕТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЫНКА ОПРЕДЕЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ: ЗЕРНА, МОЛОКА И ПР.)

Введение

1. Теоретические основы организации и проведения маркетинговых исследований

1.1 Сущность, содержание и особенности маркетинговых исследований отраслевого рынка

1.2 Структура и содержание маркетинговой среды предприятия АПК

2. Оценка современного состояния исследуемого отраслевого рынка (*определенной продукции*)

2.1 Краткая характеристика объекта исследования

2.2 Описание проведенного исследования

3. Результаты маркетингового исследования рынка (*определенной продукции*)

3.1 Оценка влияния факторов рыночной среды на маркетинговую деятельность предприятия АПК

3.2 Разработка прогноза рыночной конъюнктуры на исследуемом отраслевом рынке (*определенной продукции*)

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

### Тема 3. РАЗРАБОТКА И ОБОСНОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ИЛИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ИССЛЕДУЕМОМ РЫНКЕ.

Введение.

1. Теоретические основы формирования товарной политики сельскохозяйственного или агропромышленного предприятия

1.1 Сущность и значение товарной политики в деятельности предприятия

1.2 Основные направления и особенности товарной политики на предприятии АПК.

2. Оценка современного состояния исследуемого предприятия и его товарной политики на отраслевом рынке

2.1 Краткая характеристика объекта исследования

2.2 Оценка товарной политики на исследуемом предприятии.

3. Основные направления совершенствования товарной политики исследуемого предприятия.

3.1 Рекомендации по совершенствованию товарной политики

3.2 Обоснование проекта обновления/расширения/сокращения товарной номенклатуры /товарного ассортимента

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

### Тема 4. РАЗРАБОТКА И ОБОСНОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ИЛИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ИССЛЕДУЕМОМ РЫНКЕ.

Введение.

1. Теоретические основы формирования ценовой политики сельскохозяйственного или агропромышленного предприятия

1.1 Сущность и значение ценовой политики в деятельности предприятия

1.2 Основные направления и особенности ценовой политики на предприятии АПК.

2. Оценка современного состояния исследуемого предприятия и его ценовой политики на отраслевом рынке

2.1 Краткая характеристика объекта исследования

2.2 Оценка ценовой политики на исследуемом предприятии.

3. Основные направления совершенствования ценовой политики исследуемого предприятия.

3.1 Рекомендации по совершенствованию ценовой политики

3.2 Обоснование проекта обновления/расширения/сокращения товарной номенклатуры /товарного ассортимента

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

## Тема 5. РАЗРАБОТКА И ОБОСНОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ИЛИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ИССЛЕДУЕМОМ РЫНКЕ

Введение.

1. Теоретические основы формирования сбытовой политики сельскохозяйственного или агропромышленного предприятия

1.1 Сущность и значение сбытовой политики в деятельности предприятия

1.2 Основные направления и особенности сбытовой политики на предприятии АПК.

2. Оценка современного состояния исследуемого предприятия и его сбытовой политики на отраслевом рынке

2.1 Краткая характеристика объекта исследования

2.2 Оценка сбытовой политики и организации системы товародвижения на исследуемом предприятии.

3. Основные направления совершенствования сбытовой политики исследуемого предприятия.

3.1 Рекомендации по совершенствованию сбытовой политики

3.2 Оптимизация системы товародвижения предприятия

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

## Тема 6. РАЗРАБОТКА И ОБОСНОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ИЛИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ИССЛЕДУЕМОМ РЫНКЕ

Введение.

1. Теоретические основы формирования коммуникационной политики сельскохозяйственного или агропромышленного предприятия

1.1 Сущность и значение коммуникационной политики в деятельности предприятия

1.2 Основные направления и особенности коммуникационной политики на предприятии АПК.

2. Оценка современного состояния исследуемого предприятия и его коммуникационной политики на отраслевом рынке

2.1 Краткая характеристика объекта исследования

2.2 Оценка коммуникационной политики на исследуемом предприятии.

3. Основные направления совершенствования коммуникационной политики исследуемого предприятия.

3.1 Рекомендации по совершенствованию коммуникационной политики

3.2 Обоснование проекта рекламной кампании для предприятия

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

## Тема 7. ОЦЕНКА И УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ИЛИ АГРОПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ НА ИССЛЕДУЕМОМ ТОВАРНОМ РЫНКЕ

Введение.

1. Теоретические основы управления рисками в сельскохозяйственном/агропромышленном предприятии

1.1 Сущность и содержание управления рисками предприятия на международном рынке и его особенности в аграрной сфере

1.2 Виды рисков предприятия и основные методы их оценки

2. Оценка современного состояния исследуемого предприятия и его рисков на отраслевом рынке

2.1 Краткая характеристика объекта исследования

2.2 Оценка рисков предприятия на конкретном отраслевом рынке.

3. Совершенствование управления рисками в конкретном сельскохозяйственном/агропромышленном предприятии на отраслевом рынке

3.1 Совершенствование риск-менеджмента на предприятии

3.2 Основные меры по избежанию рисков в маркетинговой деятельности предприятия

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

## Тема 8. ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ИЛИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ИССЛЕДУЕМОМ РЫНКЕ

Введение

1. Теоретические основы повышения конкурентоспособности предприятия

1.1. Сущность и содержание понятия конкурентоспособности аграрного предприятия

1.2. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия, и методики оценки его конкурентоспособности

2. Оценка современного состояния исследуемого предприятия АПК на отраслевом рынке (*определенной продукции*)

2.1 Краткая характеристика объекта исследования

2.2 Оценка факторов маркетинговой среды предприятия АПК

3. Направления повышения конкурентоспособности исследуемого аграрного предприятия на отраслевом рынке

3.1 Оценка конкурентоспособности исследуемого аграрного предприятия

3.2 Меры по повышению качества продукции и ее конкурентоспособности на отраслевом рынке

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

## 9. ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА КОНКРЕТНОГО ПРОДУКТА НА ПРЕДПРИЯТИИ АПК

Введение

1. Теоретические основы формирования комплекса маркетинга аграрного предприятия

1.1 Сущность и содержание понятия комплекс маркетинга товара

1.2 Особенности формирования комплекс маркетинга товара на предприятии АПК

2. Оценка современного состояния исследуемого предприятия АПК и комплекса маркетинга конкретного товара

2.1 Краткая характеристика объекта исследования

2.2 Оценка комплекса маркетинга конкретного товара

3. Формирование комплекса маркетинга конкретного товара на перспективу

3.1 SWOT-анализ деятельности исследуемого предприятия на отраслевом рынке

3.2 Разработка и обоснование основных направлений комплекса маркетинга конкретного товара для исследуемого предприятия

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

## Тема 10. РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДПРИЯТИЯ АПК

Введение

1. Теоретические основы формирования маркетинговой программы предприятия АПК

1.1 Сущность и содержание понятия маркетинговой программы

1.2 Особенности формирования маркетинговой программы на предприятии АПК

2. Оценка современного состояния исследуемого предприятия АПК и его маркетинговой программы

2.1 Краткая характеристика объекта исследования

2.2 Оценка маркетинговой программы конкретного предприятия

3. Формирование маркетинговой программы для исследуемого предприятия на перспективу

3.1 SWOT-анализ деятельности исследуемого предприятия

3.2 Разработка стратегии и маркетинговой программы для исследуемого предприятия

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

## Список рекомендуемых источников

1. Аварский Н.Д. Влияние эмбарго на агропродовольственный рынок России / Н.Д. Аварский, Ю.В. Фетисова, Х.Н. Гасанова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2014. – № 12. – С. 39-45.
2. Аграрная политика: практикум / Т.В. Сабетова, Т.В. Закшевская, И.Ю. Федулова. – Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2016. – 109 с.
3. Аграрная экономика и аграрная политика [электронный ресурс] / Под ред. О.А. Николайчук. – Псков, 2008. – 312 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=432212>
4. Анурин В.Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка: Уникальный отечественный опыт: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500-Маркетинг / В. Ф. Анурин, И.И. Муромкина, Е.В. Евтушенко. – М. [и др.]: Питер, 2006. – 270 с.
5. Багиев Г.Л. Международный маркетинг: учебник по специальности "Маркетинг" / Г.Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В.И. Черенков; под общ. ред. Г.Л. Багиева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.; СПб.: Питер, 2009. – 688 с.
6. Закшевская, Е. В. Агропродовольственный рынок и маркетинг: Теория, методология и практика: [монография] / Е.В. Закшевская. – Воронеж: Центр.-Чернозем. кн. изд-во, 2003. – 285 с.
7. Закшевская, Е.В. Необходимость регулирования развития агропродовольственного рынка и его инфраструктуры в условиях присоединения к ВТО / Е.В. Закшевская, Ю.О. Полевик, В.В. Сташевский // Перспективы развития национальных агропродовольственных систем в условиях ВТО: материалы международной научно-практической конференции / Воронежский государственный аграрный университет. – Воронеж, 2014. – С. 324-329
8. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: [учебник для студентов]: [пер. с англ.] / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – 12-е изд. – М.; СПб.: Питер, 2009. – 814 с.
9. Краснов, Е.В. Развитие агропродовольственного рынка в регионе: монография / Е.В. Краснов, Е.В. Рудой; Алтайский государственный аграрный университет. – Барнаул: Редакционно-издательский отдел Алтайского государственного аграрного университета, 2012. – 145 с.
10. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг: учебник для слушателей, обучающихся по программам «Мастер делового администрирования»: [пер. с англ.] / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. – 2-е изд. – М.; СПб.: Питер, 2008. – 718 с.
11. Маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии АПК» / [Е.В. Закшевская [и др.]]; под ред. Е.В. Закшевской. – Москва: КолосС, 2012. – 247 с.
12. Менеджмент в АПК: учебник для студентов вузов по специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии АПК» / Ю.Б. Королев [и др.]. – М.: КолосС, 2007. – 422 с.
13. Маркетинг и маркетинговые исследования: [журнал]: 16+ / Учредитель: ЗАО «Издательский дом «Гребенников». – М.: Гребенников, 2012.

14. Международный сельскохозяйственный журнал: научно-производственный журнал по обмену достижений науки и передового опыта в сельском хозяйстве. – Москва: Б.и., 1957.

15. Михайлушкин П. Агропродовольственный рынок: сущность и принципы организации [[Текст]] / П. Михайлушкин // АПК: экономика, управление. – 2011. – № 8. – С. 57-61.

16. Моисеева Н.К. Международный маркетинг и бизнес [электронный ресурс]: Учебное пособие / Н.К. Моисеева. – Москва; Москва: ООО «КУРС»: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2013. – 272 с.

17. Моргунов, В.И. Международный маркетинг [электронный ресурс] / В.И. Моргунов. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014. – 184 с.

18. Наумов, В.Н. Стратегический маркетинг [электронный ресурс]: Учебник / Наумов. – Москва: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2014. – 272 с.

19. Нагапетьянц Н.А. Международный маркетинг [электронный ресурс]: Учебное пособие / Н.А. Нагапетьянц и др. – Москва; Москва: Вузовский учебник: Издательский Дом «ИНФРА-М», 2012. – 292 с.

20. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. / Майкл Портер. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 370 с.

21. Соболев В.Ю. Маркетинговые исследования и их специфика при выборе международных рынков товаров и услуг //Финансы и кредит. – 2006. – № 31. – С. 15-18.

22. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям / Р.А. Фатхутдинов. – 5-е изд. – М.; СПб.: Питер, 2008. – 368 с.

При написании курсового проекта кроме учебной литературы настоятельно рекомендуется также использовать: монографии, журналы, статистические сборники, экономические и маркетинговые обзоры, законодательные акты и другие первоисточники по теме исследования.

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

<http://www.e-management.ru> (Консультационный центр развития электронного бизнеса)

<http://www.e-commerce.ru> (Сайт, посвященный развитию электронной коммерции)

<http://www.marketologi.ru> (Сайт гильдии маркетологов)

<http://www.internetmarketing.ru>

<http://www.marketing.web-standart.net>

<http://www.bali.ostu.ru/umc/> (Электронный многопредметный научный журнал «Управление общественными экономическими системами»)

<http://www.kremlin.ru/> (Интернет-ресурсы президента России)

<http://www.eur.ru/> (Экономика и управление на предприятиях: научно-образовательный портал)



<http://www.libertarium.ru/library> – библиотека материалов по экономической тематике.

<http://www.finansy.ru> – материалы по социально-экономическому положению и развитию в России.

<http://www.minfin.ru> – Официальный сайт Министерства финансов.

<http://www.fedcom.ru> – Федеральная комиссия по рынку ценных бумаг.

<http://www.mse.ru> - Межбанковская фондовая биржа.

<http://www.cbr.ru> - Официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы).

<http://www.rbc.ru> - РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера).

<http://www.budgetrf.ru> - Мониторинг экономических показателей

<http://www.gks.ru> – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ

[www.government.ru](http://www.government.ru) – Официальный сайт Правительства Российской Федерации.

## Приложения

### Приложение 1

#### Формы таблиц для технико-экономического анализа предприятия (параграф 2.1.)

Таблица 1.1 – Структура землепользования хозяйства  
(для сельскохозяйственного предприятия)

Показатели	20__ г.		20__ г.		20__ г.	
	га	%	га	%	га	%
Всего земли						
в т.ч. сельхозугодий						
из них: пашни						
сенокосов						
пастбищ						
Лесополос						
Пруды и водоемы						

Таблица 1.2 – Урожайность сельскохозяйственных культур, ц/га  
(для сельскохозяйственного предприятия)

Культуры	20__ г.	20__ г.	20__ г.	В среднем за 3 года, ц/га

Таблица 1.3 – поголовье животных на предприятии  
(для сельскохозяйственного предприятия)

Виды животных	20__ г.		20__ г.		20__ г.	
	Всего, гол.	на 100 га с.-х. угодий, гол.	Всего, гол.	на 100 га с.-х. угодий, гол.	Всего, гол.	на 100 га с/х угодий, гол.
КРС – всего						
в т.ч. основное стадо						
скот на откорме						
Свиньи, всего						
в т.ч. основные свиноматки						
Овцы, всего						
в т.ч. основные овцематки						
Кони, всего						

Таблица 1.4 – Анализ использования основных фондов предприятия

Показатели	20__ г.	20__ г.	20__ г.	20__ г. в	20__ г.
				% к	в % к
				20__ г.	20__ г.
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.:					
производственных					
непроизводственных					
Энергетические мощности, л.с.					
Фондооснащенность (на 100 га с.-х. угодий), тыс. руб.					
Фондовооруженность, тыс. руб./чел.					
Энергооснащенность (на 100 га с.-х. угодий), л.с.					
Энерговооруженность, л.с./чел.					

Таблица 1.5 – Структура товарной продукции предприятия

Виды продукции	20__ г.		20__ г.		20__ г.		В среднем за 3 года, %
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
Всего по предприятию							

Таблица 1.6 – Валовое производство продукции (в натуральных показателях), (ц, шт)

Виды продукции	20__ г.	20__ г.	20__ г.	В среднем за 3 года

Таблица 1.7 – Динамика себестоимости 1 ц продукции, руб. (ц, шт)

Виды продукции	20__ г.	20__ г.	20__ г.	В среднем за 3 года

Таблица 1.8 – Обеспеченность трудовыми ресурсами и их использование

Показатели	20__г.	20__г.	20__г.	20__г. к 20__г. (+,-)
Среднегодовое количество работников, чел.				
Отработано за год, тыс. чел.-ч.				
Отработано одним работником, чел.-ч.				
Прямые затраты труда, всего, тыс. чел.-ч.				
Общепроизводственные затраты - всего, тыс. чел.-ч.				
Уровень трудообеспеченности (отношение годового запаса рабочего времени 1 работника – 1890 ч. к производственной нагрузке), %				

Таблица 1.9 – Динамика цен на 1 ц продукции, руб.

Виды продукции	20__г.	20__г.	20__г.	20__г. к 20__г. (%)

Таблица 1.10 – Эффективность производственно-сбытовой деятельности исследуемого предприятия

Показатели	20__г.	20__г.	20__г.	20__г. к 20__г. (%)
Выручка от реализации произведенной продукции, тыс. руб.				
Полная себестоимость продукции, тыс. руб.				
Прибыль, тыс. руб.				
Уровень рентабельности, %				
в т.ч.: по отраслям				

Таблица 2.1 – Показатели финансового состояния

Показатели	20__ г.	20__ г.	20__ г.	Отклоне- ние (+,-) 20__ г. от 20__ г.
<b>1. Показатели ликвидности и платежеспособности</b>				
Коэффициент абсолютной ликвидности				
Коэффициент промежуточной ликвидности				
Коэффициент текущей ликвидности				
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами				
Коэффициент (утраты) восстановления платежеспособности				
<b>2. Показатели финансовой устойчивости</b>				
Коэффициент автономии				
Коэффициент заемного капитала				
Коэффициент финансовой зависимости				
Коэффициент финансовой устойчивости				
Коэффициент маневренности собственного капитала				
Коэффициент структуры долгосрочных вложений				
Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств				
Коэффициент финансового риска				
<b>3. Оценка деловой активности</b>				
Коэффициент оборачиваемости активов				
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов				
Коэффициент оборачиваемости запасов				
Продолжительность операционного цикла в днях				
Продолжительность финансового цикла				
<b>4. Показатели рентабельности</b>				
Рентабельность основной деятельности, %				
Рентабельность продаж, %				
Рентабельность продаж по чистой прибыли, %				
Рентабельность активов по чистой прибыли, %				
Рентабельность собственного капитала по чистой прибыли, %				

Таблица 3.1 – Пример оформления списка использованной литературы

Характеристика источника	Примеры оформления
Один, два или три автора	<p>1. Гришин В.И. Эффективность реформирования экономики региона: Проблемы, поиски, решения / В.И. Гришин, С.И. Петров. – Саранск: тип. «Крас.Окт.», 2002. – 200 с.</p> <p>2. Магнус Я.Р. Эконометрика: Нач. курс: [Учеб. для вузов по экон. специальностям] / Я.Р. Магнус, П.К. Катыхов, А.А. Пересецкий. – М.: Дело, 2000. – 399 с.</p>
Книги под заглавием (четыре и более авторов)	<p>Концептуальные направления развития рынка молока областей ЦЧР / О.Г. Чарыкова [и др.]; под редакцией О.Г. Чарыковой. – Воронеж: ФГБНУ НИИЭОАПК ЦЧР России, 2018. – 258 с.</p>
Статья из журнала	<p>1. Бельченко В. Обеспечение АПК материально-техническими ресурсами / В. Бельченко // Экономист. – 2009. – № 5. – С. 86-90.</p> <p>2. Закшевская Е.В. Мировые тенденции в производстве и сбыте мяса КРС / Е.В. Закшевская, Т.В. Литвиненко // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2016. – №5. – С. 9-13.</p> <p>3. Петров С. Единый социальный налог: выиграет ли население? / С. Петров, В. Иванова, А. Коптев // Человек и труд. – 2007. - № 7. – С. 31-49.</p> <p>4. Агротехника плюс переработка / А.П. Остапенко [и др.]; // Вестн. Рос. акад. с.-х. наук. – 2006. – № 8. – С. 3-7.</p>
Сборник	<p>1. Аграрная экономика в условиях рыночных отношений / Науч.-исслед. ин-т экономики агропром. комплекса. – Кишинев: Штиинца, 2002. – 138 с.</p> <p>2. Формирование рыночной экономики в АПК / Воронеж. гос. аграр. ун-т; Под ред. А.Ф. Шишкина. – Воронеж, 1992. – 246 с.</p>
Статья из сборника научных статей или материалов конференции, в т.ч. на иностранном языке	<p>1. Закшевская Е.В. Маркетинговый анализ инвестиционного проекта: значение, методика и особенности в сельском хозяйстве // Развитие агропродовольственного комплекса: экономика, моделирование и информационное обеспечение: сборник научных трудов / Под ред. А.П. Курносова, А.В. Улезько. – Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2016. – 376 с. – С. 38-42.</p> <p>2. E. Zakshevskaya. Forecast of agricultural production development and allocation in Voronezh region for the long term perspective / E. Zakshevskaya, S. Kuksin // Актуальные проблемы аграрной науки, производства и образования: материалы II междуна. заочной науч.-практ. конф. молодых ученых и специалистов на иностранных языках. (Россия, г. Воронеж, апрель 2016 г.). – Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2016. – 383 с. - С. 173-178.</p>
Статья из газеты	<p>Михайлов С.А. Езда по-европейски: система платных дорог находится в начальной стадии развития / С.А. Михайлов // Независимая газета. – 2007. – 17 июня.</p>
ГОСТ	<p>ГОСТ 1725-85. Томаты свежие. Технические условия. – Взамен ГОСТ 1725-68; введ. 1986-06-01. – М.: Изд-во стандартов, 1996. – 9 с.</p>

Пример оформления титульного листа курсового проекта

ФГБОУ ВО «ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»

Кафедра управления и маркетинга в АПК

## **КУРСОВОЙ ПРОЕКТ**

на тему «ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРАРНОГО  
ПРЕДПРИЯТИЯ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ»

Выполнила: студентка Эмаг-1  
Иванова Анна Андреевна

Руководитель: д.э.н., профессор  
Фамилия Имя Отчество

Воронеж – 20\_\_ (указывается год)

Закшевская Е.В., Чарыкова О.Г., Закшевская Т.В., Загвозкин М.В.

Учебно-методическое издание

**ПРАКТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ  
В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ**

Методические указания по выполнению курсовых проектов  
для обучающихся на экономическом факультете  
по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент  
профилю «Аграрный менеджмент»

Издается в авторской редакции.

Подписано в печать 28.02.2018 г. Формат 60x84 1/16  
Бумага кн.-журн. П.л. 1,75. Гарнитура Таймс.  
Тираж 10 экз. Заказ №

ФБГОУ ВО «Воронежский государственный аграрный университет  
имени императора Петра I»  
Типография ВГАУ  
394087 г. Воронеж, ул. Мичурина, 1.