

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.06.2022 09:37:33
Уникальный программный ключ:
f7c6227919e4cdbfb4d7b682991f8553b37cafbd

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени А.А. ЕЖЕВСКОГО

Кафедра менеджмента, предпринимательства и экономической
безопасности в АПК

Утверждаю
Директор ИЭУиПИ



Федурина Н.И.
24 июля 2020г.
Протокол №12

Рабочая программа дисциплины
Б1.В.ОД.18 Маркетинг

Направление подготовки 35.03.04-Агрономия

(уровень бакалавриата)

Форма обучения: очная/ заочная
4 курс, семестр 8 (очная)
4 курс (заочная)

Молодежный 2020

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов представления о маркетинге как деятельности, направленной на выявление, создание и удовлетворение нужд и потребностей потенциальных покупателей в товарах и услугах, как системы управления, регулирования и изучения рынка.

Основные задачи освоения дисциплины:

- формирование у студентов теоретических и практических навыков при работе на рынке как в качестве производителей и продавцов, так и покупателей ресурсов;
- изучение сущности, принципов и методов маркетинга;
- освоение понятийно-терминологического аппарата, характеризующего организацию маркетинга на предприятии;
- ознакомление с методами создания нового товара, управления товарной и ценовой политикой;
- изучение системы формирования спроса в стимулирования сбыта, организации каналов товародвижения и сбыта;
- ознакомление с основными идеями и правилами планирования, управления и контроля деятельности предприятий в организации, ориентированных на рынок.

Результатом освоения дисциплины Б1.В.ОД.18 «Маркетинг» является овладение студентами по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия

следующих видов профессиональной деятельности:

- научно-исследовательская;
- организационно-управленческая;
- производственно-технологическая, в том числе компетенциями, заданными в ФГОС ВО.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Маркетинг» относится к вариативной части блока 1 учебного плана. Приступая к изучению данной дисциплины, студент должен иметь базовые знания по дисциплине: «Экономическая теория» (ОК-3), «Менеджмент» (ПК-6, ПК-8, ПК-11) и др.

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Маркетинг» являются необходимыми для изучения следующих дисциплин: «Организация производства и предпринимательства в АПК» (ОК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-10), "Экономика АПК" (ОК-3, ПК-7), "Консалтинг в сельском хозяйстве" (ОК-7, ОК-1, ПК-1, ПК-10), прохождение практики и выполнение выпускной квалификационной работы.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ

РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть знаниями, умениями и навыками в целях приобретения следующих компетенций:

Трудовое действие	Наименование компетенции, необходимой для выполнения трудового действия (планируемые результаты обучения по ОП)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции
Профессиональные компетенции		
	ПК-9 - Способностью проводить маркетинговые исследования на сельскохозяйственных рынках	В области знания и понимания (А)
		Знать: основные принципы, задачи и функции маркетинга; направления проведения маркетинговых исследований; основные составляющие комплекса маркетинга товара
		В области интеллектуальных навыков (В)
		Уметь: самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу; применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории; определять финансовые результаты деятельности предприятия.
		В области практических умений (С)
		Владеть: методами проведения маркетинговых исследований; методами создания производственного плана при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов – 3з.е.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы:

4.1.1. Очная форма обучения: Семестр – 8, вид отчетности – зачет.

Вид учебной работы	Объем часов / зачетных единиц	Объем часов / зачетных единиц

	всего	8 семестр
Общая трудоемкость дисциплины	108/3	108/3
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	40	40
в том числе:		
Лекции (Л)	14	14
Практические занятия (СЗ)	26	26
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Самостоятельная работа:	68	68
Курсовой проект (КП) ¹	-	-
Курсовая работа (КР) ²	-	-
Расчетно-графическая работа (РГР)	-	-
Реферат (Р)		
Эссе (Э)		
Контрольная работа		
Самостоятельное изучение разделов		
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)		
Подготовка и сдача экзамена ²		
Подготовка и сдача зачета	X	X

4.1.2. Заочная форма обучения: Курс – 4, вид отчетности – Зачет

Вид учебной работы	Объем часов / зачетных единиц	Объем часов / зачетных единиц
	всего	4 курс
Общая трудоемкость дисциплины	108/3	108/3
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	8	8
в том числе:		
Лекции (Л)	2	2
Семинарские занятия (СЗ)	6	6
Лабораторные работы (ЛР)		
Самостоятельная работа:	100	100
Курсовой проект (КП)	-	-
Курсовая работа (КР)	-	-
Расчетно-графическая работа (РГР)	-	-
Реферат (Р)	-	-
Эссе (Э)	-	-
Контрольная работа		
Самостоятельное изучение разделов		

¹На курсовой проект (работу) выделяется не менее одной зачётной единицы трудоёмкости (36 часов)

²На экзамен по дисциплине выделяется одна зачётная единица (36 часов)

Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)		
Подготовка и сдача экзамена	-	-
Подготовка и сдача зачета	X	X

5. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий:

5.1.1 Очная форма обучения:

№ п/п	Раздел дисциплины (тема)	Семестр	Неделя семестра	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции (Л)	Практ. (семинарские) занятия	Лаборатор. работы (ЛР)	Самост. работа (СРС)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	<p>Раздел 1.Маркетинг как рыночная концепция управления, его использование в условиях формирующегося рынка России.</p> <p>Тема 1.Сущность, содержание и инструментарий маркетинга. Понятие маркетинга, возникновение, содержание.</p> <p>Тема 2. Современные концепции маркетинга. Принципы маркетинга, функции маркетинга.</p> <p>Тема 3. Методологические основы и методы маркетинговой деятельности. Изучение внешней макро-и микро среды маркетинга.</p> <p>Тема 4. Виды и объекты маркетинга.</p> <p>Тема 5. Стратегия маркетинга.</p>	8	1	1	2		6	тестирование
			2	1	2		6	
			3	1	2		6	
			4	1	2		6	
			5	1	2		6	

2	<p>Раздел 2. Система маркетинговых исследований и её использование в специфических условиях России.</p> <p>Тема 6. Планирование в системе маркетинга.</p> <p>Тема 7. Исследование рынка.</p> <p>Тема 8. Товарная политика. Виды и критерии сегментации.</p> <p>Тема 9. Ценовая политика и ценообразование. Ценовые стратегии в маркетинге.</p> <p>Тема 10. Система товародвижения в маркетинге. Организация сбытовой сети.</p> <p>Тема 11. Реклама, как составная часть маркетинговой деятельности.</p> <p>Тема 12. Контроль и контроллинг в системе маркетинга.</p> <p>Тема 13. Система маркетинговых исследований.</p>	8						опрос
	ИТОГО			14	26		68	

5.1.2 Заочная форма обучения:

№ п/п	Раздел дисциплины (тема)	Семестр	Неделя семестра	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции (Л)	Практ. (семинарские) занятия	Лаборатор. работы (ЛР)	Самост. работа (СРС)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	<p>Раздел 1. Маркетинг как рыночная концепция управления, его использование в условиях формирующегося рынка России.</p> <p>Тема 1. Сущность, содержание и инструментарий маркетинга. Понятие маркетинга, возникновение, содержание.</p> <p>Тема 2. Современные концепции маркетинга. Принципы маркетинга, функции маркетинга.</p> <p>Тема 3. Методологические основы и методы маркетинговой деятельности. Изучение внешней макро- и микро среды маркетинга.</p> <p>Тема 4. Виды и объекты маркетинга.</p> <p>Тема 5. Стратегия маркетинга.</p>			0,5	0,5		10 10 10	Контрольная работа
2	<p>Раздел 2. Система маркетинговых исследований и её использование в специфических условиях России.</p> <p>Тема 6. Планирование в системе</p>						10	

маркетинга.					0,5			
Тема 7. Исследование рынка.				0,5	0,5		10	
Тема 8. Товарная политика. Виды и критерии сегментации.					0,5		10	
Тема 9. Ценовая политика и ценообразование. Ценовые стратегии в маркетинге.				0,5	0,5		10	
Тема 10. Система товародвижения в маркетинге. Организация сбытовой сети.					0,5		10	
Тема 11. Реклама, как составная часть маркетинговой деятельности.								
Тема 12. Контроль и контроллинг в системе маркетинга.								
Тема 13. Система маркетинговых исследований.					0,5			
ИТОГО				2	6		100	

5.3. Интерактивные образовательные технологии

Для успешного освоения дисциплины «Маркетинг» применяются различные образовательные технологии, которые обеспечивают достижение планируемых результатов обучения согласно образовательной программе, с учетом требований к объему занятий в интерактивной форме.

5.3.1. Очная форма обучения

Семестр	Вид занятия (Л, ПР.)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
8	Л	Интерактивный диалог	6
	ПР	Миниконференция, презентация, коллоквиум	8
Итого:			14

5.3.2. Заочная форма обучения

Семестр	Вид занятия (Л, ПР.)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
	ПР	Интерактивный диалог	2
Итого:			2

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Методические указания для проведения аудиторных (практических) занятий

6.1.1. Лекционный материал построен на основе действующего законодательства. Лекции между собой взаимосвязаны и взаимообусловлены. Поэтому если студент пропустил лекцию, необходимо самостоятельно изучить предыдущую тему. Для лучшего запоминания целесообразно записывать в лекционную тетрадь ключевые положения темы, примеры и формулы. По возникающим вопросам студент может проконсультироваться с преподавателем, либо самостоятельно изучить вопрос по литературным источникам. Перед следующей лекцией студент должен прочитать лекционный материал и дополнительный материал, предложенный преподавателем на лекции.

Для практических занятий по изучаемому курсу предусмотрены практические задания, разработанные преподавателем, с целью закрепления и систематизации лекционного материала, а также формирования практических навыков по статистической обработке экономической информации. Практические занятия состоят из решения ситуационных задач, а также обсуждения основных вопросов тем. После решения задач необходимо делать выводы, которые должны быть краткими и ёмкими.

После прохождения каждой темы проводится текущий контроль с целью установления уровня усвоения студентами пройденного материала. Материалы текущего контроля разрабатываются на основе лекционного и практического материала и предназначены для оценки знаний, умений и владений по основным вопросам дисциплины.

Активная работа студента на лекционных и практических занятиях, отличные итоги текущего контроля, а также подготовка докладов и их защита на научной конференции могут служить основанием для досрочной аттестации без проведения зачета или экзамена в период сессии. Студенты, не успевающие по итогам текущего контроля к сдаче экзамена не допускаются. Неаттестованные студенты получают индивидуальные задания у преподавателя.

6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студентов по данной дисциплине заключается в решении ситуационных задач, в изучении литературных источников, периодических изданий, нормативных документов, методической литературы по всем темам дисциплины, подготовке конспектов, переданных на самостоятельное изучение, а также подготовке курсовой работы.

При подготовке к зачету особое значение должно быть уделено запоминанию основных терминов, определений и формул. Задачи для зачета составляются на основании тех задач, которые были решены на практических занятиях, но с другими данными. На зачете каждому студенту выдается персональное задание. При возникновении трудности в оценке преподаватель может задавать дополнительные вопросы. После двух неудачных попыток сдачи зачета студент сдает зачет комиссии, назначенной по решению заведующего кафедрой.

**6.3 График самостоятельной работы студентов по дисциплине
«Маркетинг»
Очная форма обучения**

Вид занятий	Номера недель																Итого часов на вид занятий	Сессия
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14				
Лекции	2	2	2	2	2	2	2										14	Зачет с оценкой
Практические занятия	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1			26	
Количество часов самостоятельной работы Всего:	4	4	4	4	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6			68	

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине, включает:

- перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования;
- описание шкал оценивания;
- критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенций;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения (промежуточной аттестации) по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенций и (или) для итогового контроля сформированности компетенции (ий).

Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинг» представлен в **приложении к рабочей программе.**

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины³:

8.1.1. Основная литература

1. Джикович, Ю. В.

Практический маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Джикович, А. А. Арефьева, Е. Е. Вольнов. - 1-е изд. - Санкт-Петербург : Лань, 2019. - 140 с. - Режим доступа:<https://e.lanbook.com/book/116375>. - ISBN 978-5-8114-3637-8 : Б. ц.

Перейти к внешнему ресурсу <https://e.lanbook.com/book/116375>

2. Годин, А. М.

Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 12-е. - : Дашков и К, 2017. - 656 с. - Режим доступа:<https://e.lanbook.com/book/105549> (Ссылка на документ в ЭБС Лань)<https://e.lanbook.com/img/cover/book/105549.jpg> (Обложка книги.). - ISBN 978-5-394-02540-2 : Б. ц.

Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент. Рекомендовано

³В рабочие программы вносятся литература из электронного каталога книгообеспеченности по ОП

уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент» и «Торговое дело» (квалификация «бакалавр»)

. - <https://e.lanbook.com/book/56247>

Перейти к внешнему ресурсу [Ссылка на документ в ЭБС Лань](#)

3 Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник. - Москва : Дашков и К, 2019. - 433 с. - Режим доступа:<https://e.lanbook.com/book/119283>. - ISBN 978-5-394-03141-0 : Б. ц. Рекомендовано федеральным государственным бюджетным учреждением «Федеральный институт развития образования» (ФГБУ «ФИРО») в качестве учебника для использования в образовательном процессе образовательных организаций, реализующих программы высшего образования по направлениям подготовки «Менеджмент», «Торговое дело», профиль «Маркетинг» (уровень бакалавриата)
Перейти к внешнему ресурсу <https://e.lanbook.com/book/119283>

8.1.2. Дополнительная литература

1. Зюзина, Н. Н.

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. Н. Зюзина. - Липецк : Изд-во Липецкого государственного технического университета, 2019. - 77 с. : нет. - Режим доступа:<https://lib.rucont.ru/efd/695262>. - ISBN 978-5-88247-925-0 : Б. ц.
Перейти к внешнему ресурсу <https://lib.rucont.ru/efd/695262>

2. Методические указания по дисциплине "Маркетинг". Направление подготовки 35.03.03 - Агрохимия и агропочвоведение [Электронный ресурс] : к изучению дисциплины / Иркут. гос. аграр. ун-т им. А. А. Ежевского ; сост. В. В. Луговнина. - Электрон. текстовые дан. - Иркутск : Изд-во ИрГАУ, 2019. - 17 с. - (Электронная библиотека ИрГАУ). - Загл. с титул. экрана. - Библиогр.: с. 16-17. - Б. ц.
Полный текст доступен в электронной библиотеке ИрГАУ

3. Перцовский, Н. И.

Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов [Электронный ресурс] / Н. И. Перцовский. - 4-е изд. - : Дашков и К, 2018. - 140 с. - Режим доступа:<https://e.lanbook.com/book/110739>. - ISBN 978-5-394-03041-3 : Б. ц.
Перейти к внешнему ресурсу <https://e.lanbook.com/book/110739>

8.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее лицензионное программное обеспечение и информационные справочные системы:

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Договор №, дата, организация
Лицензионное программное обеспечение		
1	Microsoft Windows 7	Акт на передачу прав Н-0005792 от 08.06.2011 года
2	Microsoft Office 2010	
3	Kaspersky Business Space Security Russian Edition	
Свободно распространяемое программное обеспечение		
1	LibreOffice 6.3.3	
2	Adobe Acrobat Reader	
3	Mozilla Firefox 83.x	
4	Opera 72.x	
5	Google Chrome 86.x.	

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий и др. объектов для проведения учебных занятий	Основное оборудование	Форма использования
1.	Учебная аудитория (ауд 227);	Специализированная мебель: комплект учебной мебели для преподавателя, комплект учебной мебели для обучающихся на 64 места, трибуна 1 шт., Технические средства обучения: Учебно-наглядные пособия. мультимедиа проектор Optoma X302 1шт., доска 3-х элементная меловая 1шт.,	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых

			консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации
2.	учебная аудитория (ауд 318);	Специализированная мебель: комплект учебной мебели для преподавателя, комплект учебной мебели для обучающихся на 80 мест, трибуна 1 шт., Технические средства обучения: Учебно-наглядные пособия, 2 доски 3-х элементных меловых.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа
3.	учебная аудитория (104 ауд);	Специализированная мебель: комплект учебной мебели для преподавателя, комплект учебной мебели для обучающихся на 18 мест, Технические средства обучения: Учебно-наглядные пособия, 2 доска маркерная;	учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации
4.	кафедра менеджмента, предпринимательства и экономической безопасности в АПК (ауд 422);	Специализированная мебель: комплект ученой мебели для преподавателей, Трибуны настольные 2 . Технические средства обучения: Учебно-наглядные пособия, Монитор TFT 19" LG Мультимедиа проектор Optoma X302 ; Принтер лазерный А4 HP LJ-1015 (14 ppm, 1200x1200 dpi, 16 Mb, USB); Принтер/сканер/копир LaserJet M1005 ; Проектор Epson EB-W12 ; Системный блок ВН-0015 iP2160 ; Системный блок Celeron D2,4 GHz /256Mb /80Gb /CD-RW ;	Аудитория для индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
5.	Аудитория 303;	Специализированная мебель: столы, стулья Технические средства обучения: Компьютеры на базе процессора Intel , объединенных в локальную сеть и имеющих доступ в Интернет, доступ к БД,ЭБ, ЭК, ЭБС, ЭИОС - 11 шт.; 1 ПК выполняет функции серверного с доступом к системе КонсультантПлюс, Принтер HP Lazer Jet P 2055 Принтер HP Lazer Jet M 1132 MFP, 2 шт. - сканер CanoScan LIDE 110	аудитория для самостоятельной работы, для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)

Рейтинг-план дисциплины

Б1.В.ОД.18 «Маркетинг»

по направлению: 35.03.04 – Агрономия

4 курс, 8 семестр

Лекций - 14 ч., практических занятий – 26 ч. Зачет.

Текущие аттестации: тестирование, опрос

№ п/п	Название модуля (название раздела, темы)	Форма контроля	Сроки сдачи (5 семестр)	Баллы
1	Маркетинг как рыночная концепция управления, его использование в условиях формирующего рынка России	тестирование	6 неделя	0-30
2	Раздел 2 – Система маркетинговых исследований и её использование в России.	опрос	12 неделя	0-30
И Т О Г О:				0-60
3	Другие виды работ	Единица Измерения работы	Премияльные баллы	
4	Посещение занятий (90-100%)	семестр	0-10	
5	Самостоятельная работа студентов (выполнение домашнего задания, написание реферата, домашней контрольной работы и др.)	семестр	0-25	
6	Участие в олимпиадах, конференциях разного уровня.	одно участие	5	
И Т О Г О:			0-40	
Сумма баллов за работу в семестре			0-60	
Сумма баллов для допуска к зачету			0-40	
Экзамен			0-40	
Итоговый рейтинговый балл по дисциплине			0-100	

По результатам работы в семестре студент может получить автоматическую оценку без сдачи экзамена по следующей шкале: **91-100** - «отлично», «зачтено», **71-90** – «хорошо», «зачтено», **51-70** – «удовлетворительно», «зачтено».

Если:

- студента не удовлетворяет оценка («3», «4»), он может сдать экзамен и, возможно, повысить свою оценку;
- студент набрал более 100 баллов, то в ведомость проставляется только 100 баллов;
- студент не набрал минимального числа баллов в течение семестра (40), то он не допускается к экзамену, зачету.

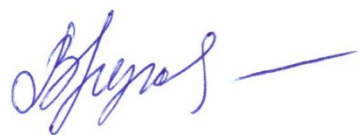
Неуспевающим студентам предоставляется возможность ликвидировать задолженности по контрольным точкам в предусмотренные кафедрой и деканатом сроки на различных условиях в зависимости от причины неуспеваемости.

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 35.03.04 «Агрономия» профиль «Агрономия»

Программу составил

ст.преподаватель кафедры менеджмента,
предпринимательства и экономической

безопасности в АПК Луговнина В.В.



Программа одобрена на заседании
кафедры менеджмента,
предпринимательства и
экономической безопасности в АПК
протокол №12 от «24» июля 2020 г.

Заведующий кафедрой
кандидат экономических наук, доцент



И. В. Попова