

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Б1.В.ДВ.07.02 «Технологии продаж в агропромышленном комплексе»**

*наименование дисциплин (модуля)/практики*

**Автор:**

Старший преподаватель Магин Б.Е.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.03.06 Торговое дело, «Технологии продаж в современном бизнесе»

**Квалификация (степень) выпускника:**

Бакалавр

**Форма обучения:** очная

**Цель освоения дисциплины:**

сформировать компетенцию в области организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупок и продаж товаров (ПК -7)

**План курса:**

**Тема 1. Теоретические аспекты агромаркетинга**

Сущность маркетинга в сфере АПК и этапы его становления. Факторы, влияющие на формирование маркетинга в АПК. Теоретические и практические аспекты агромаркетинга: принципы, функции.

**Тема 2. Система управления агромаркетингом**

Система агромаркетинговой информации. Система планирования агромаркетинга. Система организации агромаркетинга. Система агромаркетингового контроля.

**Тема 3. Технология эффективного агромаркетинга**

Сущность технологии агромаркетинга. Использование технологии маркетинга в агробизнесе. Алгоритмизация процесса агромаркетинга.

**Тема 4. Маркетинговая гуманитарология**

Искусство агромаркетинговой деятельности. Культура агромаркетинга. Этика агромаркетинговой деятельности.

**Тема 5. Комплекс агромаркетинга**

Товар в агромаркетинговой стратегии организации АПК. Ценовая политика организации АПК. Сбытовая политика организаций АПК. Агромаркетинговые коммуникации. Реклама в деятельности организации АПК. Конкурентоспособность отечественных организаций АПК. Консалтинг в системе агромаркетинга. Сущность консалтинга. Консалтинг как форма агробизнеса. Практика и перспективы развития консалтинга в сфере сельскохозяйственного производства. Консалтинг в системе агромаркетинга.

**Тема 6. Система агромаркетинга организации АПК**

Рационализация агромаркетинговой организационной структуры. Оценка эффективности системы агромаркетинга. Показатели, характеризующие эффективность агромаркетинговых решений. Методика оценки влияния агромаркетинга на прибыль организации АПК. Пути повышения агромаркетинга. Региональная система управления агромаркетингом. Теория и практика управления региональными экономическими процессами. Формирование региональной системы управления агромаркетингом. Организация информационной поддержки региональной системы управления агромаркетингом.

## **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Формы текущего контроля успеваемости: опрос, кейс.

Формы промежуточной аттестации, отражающие формирование компетенции на уровне данной дисциплины: экзамен.

Этап освоения компетенции ПК-7.2 отражает формирование:

### **на уровне знаний:**

Инструменты маркетинговых коммуникаций

Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации

Состав процесса стратегического и оперативного планирования

Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации

### **на уровне умений:**

Инструменты маркетинговых коммуникаций

Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации

Состав процесса стратегического и оперативного планирования

Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации

### **на уровне навыков:**

Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации

Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации

Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации

Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации

Формирование имиджа и деловой репутации организации

Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации

Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж

Работа с инструментами прямого маркетинга

Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений

## **Основная литература:**

1.Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ В.Т. Гришина [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2018.— 446 с.—

Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85166.html>

— ЭБС «IPRbooks»

2.Четвертаков И.М. Экономика, организация и основы маркетинга АПК [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Четвертаков И.М.— Электрон. текстовые данные.— Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2017.— 94 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72787.html>

.— ЭБС «IPRbooks»