

Структура курса «Маркетинг в АПК»

№1.	Название курса по выбору студента	Маркетинг в АПК
2.	Специальность	Коммерческая деятельность
3.	Курс обучения	3
4.	Семестр обучения	6
5.	Трудоемкость в зачетных единицах	3
6.	Степень, звание, Ф.И.О. преподавателя	Канд. экон. наук, доцент Редько Владимир Николаевич
7.	Цели предлагаемого для изучения курса по выбору	Целью учебной дисциплины является изучение и освоение студентами основных концепций, методов и инструментов управления маркетинговой деятельностью предприятия, формирование умений и навыков в области методологии маркетинга и её использования на практике
8.	Содержание курса по выбору	Сущность, принципы и функции маркетинга. Маркетинговая среда и комплекс маркетинга. Маркетинговые возможности предприятия. Поведение покупателей и потребителей. Товарная и ценовая политика предприятия. Политика продвижения товаров. Сбытовая политика предприятия. Управление маркетингом. Прямой маркетинг. Контроль и эффективность маркетинговой деятельности. Маркетинг сельскохозяйственной продукции и продовольствия.
9	Рекомендуемая литература	<p>1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк., 2009. – 511 с.</p> <p>2. Акулич, И.Л. Маркетинг / И.Л. Акулич, В.В. Тарелко. – Минск: Современ. шк., 2007. - 304 с.</p> <p>3. Горяев, И.П. Основы маркетинга в агропромышленном комплексе: учеб. пособие / И.П. Горяев.– М.: Издательский центр "Академия", 2004.– 224 с.</p> <p>4. Дурович, А.П. Основы маркетинга / А.П. Дурович. – Минск: Изд-во Гревцова, 2009. – 296 с.</p> <p>5. Каминский, В.С. Маркетинг на сельскохозяйственном предприятии: учеб. пособие. / В.С. Каминский, Н.С. Тихоновский – Мн.: учеб.-метод. центр Министерства сельского хозяйства и продовольствия Респ. Беларусь, 2000. – 136 с.</p> <p>6. Котлер, Филип, Армстронг, Гари. Основы маркетинга / Ф. Котлер – М. – Изд. дом «Вильямс», 2005. –1200 с.</p> <p>7. Рынки продуктов и сельскохозяйственного сырья: монография / под ред. З.М. Ильиной. – Мн.: Институт аграрной экономики НАН Беларуси, 2004. – 320 с.</p> <p>8. Акулич, И.Л.. Международный маркетинг / И.Л. Акулич –Минск: БГЭУ, 2007. -495 с.</p> <p>9. Гусаков, Организация маркетинга и бизнеса в аграрной сфере / В.Г. Гусаков – Мн.: БелНИИ аграрной экономики, 2000.– 232 с.</p> <p>10. Дурович, А.П. Маркетинговые исследования / А.П. Дурович. Минск: ТетраСистемс, 2009 – 432 с.</p> <p>11. Нагапетьянец, Н.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Н.А. Нагапетьянец – М.: Вузовский учебник, 2006. – 272 с.</p> <p>12. Ильина, З.М. Рынки сырья и продовольствия в условиях глобализации / З.М Ильина – Мн.: Институт аграрной экономики НАН Беларуси, 2005. – 100 с.</p> <p>13. Платонова, Л.А. Теория и практика потребительского поведения / Л.А. Платонова. Минск: Изд-во Гревцова, 2009. – 200 с.</p>
10	Методы преподавания	Основными методами (технологиями) обучения, отвечающими целям изучения учебной дисциплины, являются: элементы проблемного обучения (проблемное изложение, вариативное изложение, частично поисковый метод), реализуемые на лекционных занятиях; элементы учебно-исследовательской деятельности; применение творческого подхода, реализуемого на семинарских занятиях и при самостоятельной работе; проектные технологии, используемые при выполнении индивидуальных заданий на семинарских занятиях, а также при самостоятельной работе.
11	Язык обучения	Русский