

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце: **МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРА-**

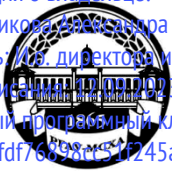
ФИО: Шитикова Александра Валерьевна

Должность: **директор института агробиотехнологий** ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Дата подписания: 2023-10-08

Уникальный пропециальный ключ:

fcd01ecb1fdf76698e51f245ad12c3f716ce658



**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)**

Институт экономики и управления АПК
Кафедра организации производства

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. директора института
агробиотехнологии

 А.В. Шитикова
“ 08 ” 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.05 ОСНОВЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ДОСТИЖЕНИЙ

для подготовки магистров

ФГОС ВО

Направление: 35.04.04 Агрономия

Направленность: Интегрированная защита растений, Технология производства продукции растениеводства, Управление агробизнесом в растениеводстве, Генетика, селекция и семеноводство, Фитотехнологии и биопродукционные системы

Курс I

Семестр 2

Формы обучения: очная

Год начала подготовки: 2023

Москва, 2023

Разработчик (и): Ворожейкина Т.М. д.э.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)


«26» июня 2023 г.

Рецензент: Постникова Л. В. к.э.н., доцент


(ФИО, ученая степень, ученое звание)


(подпись)
«28» июня 2023 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 35.04.04 Агрономия, ОПОП ВО, профессиональных стандартов и учебного плана 2023 года начала подготовки.

Программа обсуждена на заседании кафедры организации производства протокол № 13 от «29» июня 2023 г.

Зав. кафедрой Ворожейкина Т.М. д.э.н., доцент


(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«29» июня 2023 г.

Согласовано:

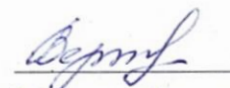
Председатель учебно-методической комиссии института агробиотехнологии

Шитикова А.В. д.с.-х.н., профессор



«30» 06 2023 г.

Заведующий выпускающей кафедры генетики, селекции и семеноводства Вертикова Е.А. д.с.-х.н., доцент


«30» 06 2023 г.

Заведующий выпускающей кафедры растениеводства и луговых экосистем Шитикова А.В, д.с.-х.н., профессор


«30» 06 2023 г.

Заведующий выпускающей кафедры

защиты растений Джилилов Ф.У.- С. д.с.-х.н., профессор

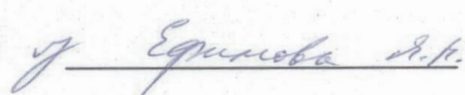

«30» июня 2023 г.

Заведующий выпускающей кафедры

физиологии растений Тараканов И.Г. д.б.н., профессор


«30» июня 2023 г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ



СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ	4
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	5
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ.....	8
ПО СЕМЕСТРАМ.....	8
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.3 ЛЕКЦИИ / ПРАКТИЧЕСКИЕ/ ЗАНЯТИЯ	10
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	13
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	13
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ.....	18
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	18
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	18
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	19
7.3. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	19
9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ	19
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	20
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..	21
Виды и формы отработки пропущенных занятий	21
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	21

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.05 «Основы коммерциализации технологических достижений»
для подготовки магистра по направлению 35.04.04 Агрономия

Направленность: Интегрированная защита растений, Технология производства продукции растениеводства, Управление агробизнесом в растениеводстве, Генетика, селекция и семеноводство, Фитотехнологии и биопродукционные системы

Цель освоения дисциплины: освоение теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области маркетинга и коммерческой деятельности в условиях цифровой экономики.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть Б1.О учебного плана по направлению подготовки 35.04.04 Агрономия
Направленность: Интегрированная защита растений, Технология производства продукции растениеводства, Управление агробизнесом в растениеводстве, Генетика, селекция и семеноводство, Фитотехнологии и биопродукционные системы.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции (индикаторы): ОПК-5 (ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3); ОПК-6 (ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3)

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина «Основы коммерциализации технологических достижений» имеет практико-ориентированную направленность. Наряду с познанием основ маркетинга и коммерческой деятельности, пониманием процесса коммерциализации, а также базовых элементов маркетинговой деятельности в сфере коммерциализации технологических достижений, студенты получают навыки практической деятельности по проведению маркетинговых исследований рынка технологических достижений, формированию товаров на основе технологических достижений, организации продвижения и продаж продуктов на рынках технологических достижений в аграрной сфере.

В дисциплине раскрывается содержание понятия «Основы коммерциализации технологических достижений», изучаются основы и особенности маркетинговой деятельности в процессе коммерциализации технологических достижений в аграрном секторе экономики.

Основными темами дисциплины являются: теоретические основы маркетинга и его особенности в сфере коммерциализации технологических достижений; потребитель в системе маркетинга, особенности потребителей технологических продуктов; маркетинговые исследования рынка технологических достижений; трансформация технологических достижений в товар, особенности формирования цены и ценовой политики; виды маркетинговых коммуникаций в сфере коммерческого продвижения технологических достижений.

Общая трудоемкость дисциплины/в т.ч. практическая подготовка: 108 часов (3 зачетные единицы), в том числе практическая подготовка 4 часа.

Промежуточный контроль: 2 семестр - зачет

1. Цель освоения дисциплины

– Целью освоения дисциплины «Основы коммерциализации технологических достижений» овладение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области маркетинга и коммерческой деятельности на уровне организаций.

Для достижения поставленной цели следует решить следующие задачи:

- изучить основные понятия маркетинга и особенности маркетинговой деятельности и коммерциализации в сфере технологических достижений;
- применять полученные теоретические основы и практические умения в практической деятельности в сфере коммерциализации технологических достижений в аграрном секторе экономики.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Основы коммерциализации технологических достижений» включена в обязательный перечень ФГОС дисциплин вариативной части. Дисциплина «Основы коммерциализации технологических достижений» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОПОП ВО и Учебного плана для подготовки магистров по направлению 35.04.04 – «Агрономия» Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Основы коммерциализации технологических достижений» являются «курсы, направленные на изучение инновационных технологий отраслей растениеводства.

Особенностью дисциплины является то, что она носит как теоретический, так и прикладной характер, состоит из 5 тем.

Практическая направленность курса способствует формированию заявленных в учебном плане компетенций.

Рабочая программа дисциплины «Основы коммерциализации технологических достижений» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Образовательные результаты освоения дисциплины обучающимся, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				Знать	уметь	владеть
1	ОПК-5	Способен осуществлять технико-экономическое обоснование проектов в профессиональной деятельности	ОПК-5.1 Владеет методами экономического анализа и учета показателей проекта в садоводстве	основные понятия маркетинга и коммерческой деятельности	анализировать сложившуюся ситуацию на рынке	методами сбора информации для принятия решений
			ОПК-5.2 Анализирует основные производственно-экономические показатели проекта в садоводстве	основы разработки и реализации проектов коммерциализации	анализировать показатели коммерческих проектов	методами обоснования производственно-экономических показателей
			ОПК-5.3 Разрабатывает предложения по повышению эффективности проекта в садоводстве	основы принятия маркетинговых решений; способы и средства проведения маркетинговых исследований; методику разработки нового товара	принимать эффективные решения на основе полученной информации.	методами кабинетных и полевых маркетинговых исследований; методами разработки нового товара
2	ОПК-6	Способен управлять коллективами и организовывать процессы производства	ОПК-6.1 Умеет работать с информационными системами и базами данных по вопросам управления персоналом	методы сбора, обработки и интерпретации маркетинговых данных, составления маркетинговых планов	осуществлять поиск, сбор, обработку и интерпретацию маркетинговых данных; составлять маркетинговый план	поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной (оперативной) маркетинговой информации;
			ОПК-6.2 Определяет задачи персонала структурного подразделения, исходя из целей и стратегии организации	теорию управления процессами и персоналом	формулировать задачи для персонала в сфере коммерциализации	навыками проектного управления в сфере коммерческих продаж

№ п/п	Код компе- тенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				Знать	уметь	владеть
			ОПК-6.3 Применяет методы управления межличностными отношениями, формирования команд, развития лидерства и исполнительности, выявления талантов, определения удовлетворенности работой	теоретические основы оценки эффективности проектов в сфере коммерциализации	разрабатывать предложения по совершенствованию организации продаж технологических достижений	навыками организации продаж агротехнических и агротехнологических продуктов

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам для очной формы обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час. всего/*	В т.ч. по семестрам
		№ 2
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	108	108
1. Контактная работа:	22,25	22,25
Аудиторная работа	22,25	22,25
<i>в том числе:</i>		
<i>лекции (Л)</i>	2	2
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	20	20
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	85,75	85,75
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, тестированию и т.д.)</i>	76,75	76,75
<i>Подготовка к зачёту (контроль)</i>	9	9
Вид промежуточного контроля:	зачет	зачет

4.2 Содержание дисциплины

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины для очной формы

Наименование разделов и тем дисциплин	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Тема 1. Теоретические основы маркетинга и его особенности в сфере коммерциализации технологических достижений	20	2	4		14
Тема 2. Потребитель в системе маркетинга, особенности потребителей технологических продуктов	18		4		14
Тема 3. Маркетинговые исследования рынка технологических достижений	24,75		4		20,75
Тема 4. Трансформация технологических достижений в товар, особенности формирования цены и ценовой политики.	18		4		14

Наименование разделов и тем дисциплин	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Тема 5. Виды маркетинговых коммуникаций в сфере коммерческого продвижения технологических достижений	18		4		14
Контактная работа на промежуточном контроле	0,25			0,25	
Подготовка к зачету	9				9
Всего за 2 семестр	108	2	20	0,25	85,75
Итого по дисциплине	108	2	20	0,25	85,75

Тема 1. Теоретические основы маркетинга и его особенности в сфере коммерциализации технологических достижений

Основные понятия и элементы маркетинговой деятельности и коммерциализации технологических достижений. Виды маркетинга. Стратегический и операционный маркетинг. Агротехнологический маркетинг. Комплекс маркетинга. Технологические достижения в сельском хозяйстве. Особенности маркетинговой деятельности в сфере коммерциализации сельскохозяйственных технологических достижений. Сферы маркетинговой деятельности. Особенности маркетинговой деятельности в сфере продаж агротехнологических продуктов. Рынок агротехнических ресурсов.

Тема 2. Потребитель в системе маркетинга, особенности потребителей технологических продуктов

Сущность понятий «покупатель» и «потребитель». Требования, предъявляемые потребителями. Потребители и потребительское поведение. Сегментирование потребителей. Варианты принятия решения о покупке товара-новинки. Особенности процесса принятия решения о закупках товаров организацией. Особенности сельского потребителя. Особенности потребителей и потребительского поведения на рынке агротехнологических достижений. Потребители технологических продуктов и достижений в сельском хозяйстве. Отраслевые и региональные особенности сельскохозяйственных потребителей.

Тема 3. Маркетинговые исследования рынка технологических достижений

Сущность рынка, классификации рынков. Понятие конъюнктуры товарного рынка, факторы, влияющие на формирование и тенденции ее изменения. Основные показатели при изучении рынка фирмы. Понятие емкости и доли рынка. Понятие сегментации и способы ее проведения (по потребителям, по продуктам, по конкурентам). Позиционирование на рынке. Сущность и значение маркетинговых исследований. Цели исследований: поисковые, описательные, экспериментальные. Методы исследования: наблюдение, эксперимент, фокусирование, опрос. Виды маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования рынка технологических достижений. Факторы, влияющие на формирование товарного рынка технологических достижений в сельском хозяйстве.

Тема 4. Трансформация технологических достижений в товар, особенности формирования цены и ценовой политики

Сущность товара в маркетинге. Классификация товаров по различным признакам. Жизненный цикл товара. Маркетинговые стратегии организации на разных стадиях ЖЦТ. Понятие товара в маркетинге и товарной политики. Трансформация технологического достижения в товар. Особенности жизненного цикла товаров – технологических достижений. Сущность и значение ценовой политики. Цена как инструмент маркетинга сельскохозяйственной продукции. Особенности ценообразования и ценовой политики на технологические товары (достижения). Виды цен и методы ценообразования. Особенности ценообразования на агротехнические и агротехнологические товары. Методика разработки нового товара. Управление разработкой и реализацией нового товара.

Тема 5. Виды маркетинговых коммуникаций в сфере коммерческого продвижения технологических достижений

Понятие и субъекты маркетинговых коммуникаций. Виды маркетинговых коммуникаций. Инструменты маркетинговой коммуникации и их взаимосвязь с другими элементами комплекса маркетинга. Реклама как инструмент коммуникационной политики. Стимулирование сбыта как инструмент коммуникационной политики. Задачи и свойства стимулирования сбыта. Особенности маркетинговых коммуникаций при продвижении на рынке технологических достижений. Варианты и инструменты продвижения технологических достижений в сельском хозяйстве. Особенности маркетинговых коммуникации. Презентация и продажи агротехнических и агротехнологических продуктов.

При изучении всех тем дисциплины предусмотрено применение современные цифровые инструменты (с разработкой Google документов), осуществлять поиск правовой и нормативно-справочной информации в информационно-правовых системах Консультант+ и Гарант, а также применять в коммуникационном процессе для передачи, обработки и интерпретации информации такие программные продукты, как Excel, Google документы, Zoom, Skype, MS Teams, Prezi, Canva, Jamboard.

4.3 Лекции / практические/ занятия

Таблица 4

Содержание лекций/ практических занятий контрольные мероприятия для очной формы

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1	Тема 1. Теоретические основы маркетинга и его	Лекция: Основные понятия и элементы маркетинговой деятельности и коммерциализации технологических достижений	ОПК-5.1	-	2

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	особенности в сфере коммерциализации и технологических достижений	Практическое занятие: Технологические достижения в сельском хозяйстве	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3	Опрос	2
		Практическое занятие: Особенности маркетинговой деятельности в сфере коммерциализации сельскохозяйственных технологических достижений	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3	Опрос	2
2	Тема 2. Потребитель в системе маркетинга, особенности потребителей технологических продуктов	Практическое занятие: Потребители и потребительское поведение. Сегментирование потребителей.	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3	Опрос	2
		Практическое занятие: Особенности потребителей и потребительского поведения на рынке агротехнологических достижений	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3	Опрос	2
3	Тема 3. Маркетинговые исследования рынка технологических достижений	Практическое занятие: Виды маркетинговых исследований	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3	Опрос	2
		Практическое занятие: Маркетинговые исследования рынка технологических достижений	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3	Опрос	2
4	Тема 4. Трансформация технологических достижений в товар, особенности формирования цены и ценовой политики.	Практическое занятие: Понятие товара в маркетинге и товарной политики. Трансформация технологического достижения в товар	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3	Опрос	2
		Практическое занятие: Особенности ценообразования и ценовой политики на технологические товары (достижения)	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3	Опрос	2
5	Тема 5. Виды маркетинговых коммуникаций в	Практическое занятие: Особенности маркетинговых коммуникаций при продвижении на	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1	Опрос	2

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	сфере коммерческого продвижения технологических достижений	рынке технологических достижений	ОПК-6.2 ОПК-6.3		
		Практическое занятие: Контрольная работа «Продвижение и продажа технологического достижения»	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3	Защита работы (презентации)	2

Таблица 5

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	№ раздела и темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
1	Тема 1. Теоретические основы маркетинга и его особенности в сфере коммерциализации технологических достижений	Сферы маркетинговой деятельности. Особенности маркетинговой деятельности в сфере продаж агротехнологических продуктов. Рынок агротехнических ресурсов (ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3)
2	Тема 2. Потребитель в системе маркетинга, особенности потребителей технологических продуктов	Потребители технологических продуктов и достижений в сельском хозяйстве. Отраслевые и региональные особенности сельскохозяйственных потребителей. (ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3)
3	Тема 3. Маркетинговые исследования рынка технологических достижений	Факторы, влияющие на формирование товарного рынка технологических достижений в сельском хозяйстве (ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3).
4	Тема 4. Трансформация технологических достижений в товар, особенности формирования цены и ценовой политики.	Жизненный цикл товаров. Особенности жизненного цикла товаров – технологических достижений. Виды цен и методы ценообразования. Особенности ценообразования на агротехнические и агротехнологические товары (ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3)
5	Тема 5. Виды маркетинговых коммуникаций в сфере коммерческого продвижения технологических достижений	Виды маркетинговых коммуникаций. Варианты и инструменты продвижения технологических достижений в сельском хозяйстве. Особенности маркетинговых коммуникации. Презентация и продажи агротехнических и агротехнологических продуктов (ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3)

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
1	Тема 1. Теоретические основы маркетинга и его особенности в сфере коммерциализации технологических достижений	Л	Лекция-визуализация
		ПЗ	Семинар в диалоговом режиме, дискуссии, разбор конкретных ситуаций
2	Тема 2. Потребитель в системе маркетинга, особенности потребителей технологических продуктов	ПЗ	Семинар в диалоговом режиме, дискуссии, разбор конкретных ситуаций
3	Тема 3. Маркетинговые исследования рынка технологических достижений	ПЗ	Семинар в диалоговом режиме, дискуссии, разбор конкретных ситуаций
4	Тема 4. Трансформация технологических достижений в товар, особенности формирования цены и ценовой политики	ПЗ	Семинар в диалоговом режиме, дискуссии, разбор конкретных ситуаций
5	Тема 5. Виды маркетинговых коммуникаций в сфере коммерческого продвижения технологических достижений	ПЗ	Семинар в диалоговом режиме, дискуссии, разбор конкретных ситуаций

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1.1 Типовые вопросы для устного опроса

1

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
1	Тема 1. Теоретические основы маркетинга и его особенности в сфере коммерциализации технологических достижений	Л	Лекция-визуализация
		ПЗ	Семинар в диалоговом режиме, дискуссии, разбор конкретных ситуаций
2	Тема 2. Потребитель в системе маркетинга, особенности потребителей технологических продуктов	ПЗ	Семинар в диалоговом режиме, дискуссии, разбор конкретных ситуаций
3	Тема 3. Маркетинговые исследования рынка технологических достижений	ПЗ	Семинар в диалоговом режиме, дискуссии, разбор конкретных ситуаций

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
4	Тема 4. Трансформация технологических достижений в товар, особенности формирования цены и ценовой политики	ПЗ	Семинар в диалоговом режиме, дискуссии, разбор конкретных ситуаций
5	Тема 5. Виды маркетинговых коммуникаций в сфере коммерческого продвижения технологических достижений	ПЗ	Семинар в диалоговом режиме, дискуссии, разбор конкретных ситуаций

6.1.4 Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию (зачет)

Вопросы для устного опроса

Тема 1. Теоретические основы маркетинга и его особенности в сфере коммерциализации технологических достижений

1. Сущность маркетинга как науки и сферы практической деятельности?
2. Эволюция развития концепций маркетинга?
3. Понятие спроса и в чем его роль в осуществлении стратегии и тактики маркетинга?
4. Какие виды маркетинга используются в практике работы предприятий? Какие функции выполняет маркетинг?
5. Что включает комплекс маркетинга?
6. Каковы особенности маркетинга в аграрном секторе экономики?
7. Процесс коммерциализации: определение и основные элементы?
8. Рынок технологических достижений в сельском хозяйстве?
9. Особенности маркетинговой деятельности при коммерциализации технологических достижений в сельском хозяйстве?

Тема 2. Потребитель в системе маркетинга, особенности потребителей технологических продуктов

1. Какие факторы влияют на поведение потребителей на различных рынках?
2. Приведите пример влияния различных факторов на поведение потребителей.
3. Каковы отличия в процессе принятия решения на потребительском рынке, рынке товаров производственного назначения?
4. Какие методы работы с потребителями можно предложить для предприятий АПК в сфере продаж технологических продуктов?
5. Основные особенности поведения потребителей технологических продуктов на аграрных рынках?
6. Возможности управления потребительским поведением при использовании прямых продаж технологических продуктов?

7. Основные потребители технологических достижений в сельском хозяйстве России?

Тема 3. Маркетинговые исследования рынка технологических достижений

1. Маркетинговые исследования: определение и основные задачи?
2. Роль маркетинговых исследований в процессе управления?
3. Общая характеристика основных методов маркетинговых исследований?
4. Что собой представляет вторичная информация, и чем она отличается от первичной информации?
5. Содержание основных этапов маркетинговых исследований?
6. Основные способы проведения маркетинговых исследований, их преимущества и недостатки?
7. Особенности рынка технологий и технологических достижений в сельском хозяйстве?
8. Отраслевые и региональные особенности сегментирования рынка технологических продуктов в сельском хозяйстве России?
9. Тенденции и перспективы развития рынка технологических достижений в аграрном секторе экономики России?

Тема 4. Трансформация технологических достижений в товар, особенности формирования цены и ценовой политики

1. Понятие и содержание товара в маркетинге?
2. Понятие нового товара и этапы его создания?
3. Алгоритм трансформации технологического достижения в товар?
4. Особенности технологического продукта как товара?
5. Принципы и методы ценообразования?
6. Какие методы обычно используются при установлении цены на новые товары?
7. В чем сущность ценовой политики и ее особенности на технологическом рынке?
8. Как устанавливается цена на новый товар-имитатор или товар-аналог?
9. Как осуществляется управление ценами на технологические продукты? Влияние цены на продажи технологических продуктов?
10. Понятие и характеристика жизненного цикла товара и его стадий?
11. Жизненный цикл различных типов товаров технологического назначения?

Тема 5. Виды маркетинговых коммуникаций в сфере коммерческого продвижения технологических достижений

1. Определение и основные виды маркетинговых коммуникаций?
2. Алгоритм разработки стратегии маркетинговых коммуникаций?
3. Условия и факторы организации эффективных маркетинговых коммуникаций?

4. Особенности маркетинговых коммуникаций при продвижении технологических достижений?
5. Основные методы и инструменты продвижения и продаж технологических продуктов?

Задания для выполнения практической (контрольной) работы

Разработать проект коммерциализации технологического достижения (продукта), включающий проработку комплекса следующих вопросов:

- 1) проектирование и презентация продукта по основным маркетинговым уровням;
- 2) анализ рынка технологических продуктов-аналогов, оценка конкурентов, обоснование конкурентных преимуществ;
- 3) обоснование цены продукта, расчет параметров окупаемости его применения в соответствующей технологии;
- 4) разработка стратегии тактики продвижения продукта на рынке технологических достижений.

Результаты выполнения работы оформляются в виде презентации с ее последующей защитой на последнем практическом занятии.

1.1.5. Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию (зачет)

2. Сущность маркетинга как науки и сферы практической деятельности?
3. Эволюция развития концепций маркетинга?
4. Понятие спроса и в чем его роль в осуществлении стратегии и тактики маркетинга?
5. Какие виды маркетинга используются в практике работы предприятий? Какие функции выполняет маркетинг?
6. Что включает комплекс маркетинга?
7. Каковы особенности маркетинга в аграрном секторе экономики?
8. Процесс коммерциализации: определение и основные элементы?
9. Рынок технологических достижений в сельском хозяйстве?
10. Особенности маркетинговой деятельности при коммерциализации технологических достижений в сельском хозяйстве?
11. Какие факторы влияют на поведение потребителей на различных рынках?
12. Приведите пример влияния различных факторов на поведение потребителей.
13. Каковы отличия в процессе принятия решения на потребительском рынке, рынке товаров производственного назначения?
14. Какие методы работы с потребителями можно предложить для предприятий АПК в сфере продаж технологических продуктов?
15. Основные особенности поведения потребителей технологических продуктов на аграрных рынках?
16. Возможности управления потребительским поведением при использовании прямых продаж технологических продуктов?

17. Основные потребители технологических достижений в сельском хозяйстве России?
18. Маркетинговые исследования: определение и основные задачи?
19. Роль маркетинговых исследований в процессе управления?
20. Общая характеристика основных методов маркетинговых исследований?
21. Что собой представляет вторичная информация, и чем она отличается от первичной информации?
22. Содержание основных этапов маркетинговых исследований?
23. Основные способы проведения маркетинговых исследований, их преимущества и недостатки?
24. Особенности рынка технологий и технологических достижений в сельском хозяйстве?
25. Отраслевые и региональные особенности сегментирования рынка технологических продуктов в сельском хозяйстве России?
26. Тенденции и перспективы развития рынка технологических достижений в аграрном секторе экономики России?
27. Понятие и содержание товара в маркетинге?
28. Понятие нового товара и этапы его создания?
29. Алгоритм трансформации технологического достижения в товар?
30. Особенности технологического продукта как товара?
31. Принципы и методы ценообразования?
32. Какие методы обычно используются при устранении цены на новые товары?
33. В чем сущность ценовой политики и ее особенности на технологическом рынке?
34. Как устанавливается цена на новый товар-имитатор или товар-аналог?
35. Как осуществляется управление ценами на технологические продукты?
Влияние цены на продажи технологических продуктов?
36. Понятие и характеристика жизненного цикла товара и его стадий?
37. Жизненный цикл различных типов товаров технологического назначения?
38. Определение и основные виды маркетинговых коммуникаций?
39. Алгоритм разработки стратегии маркетинговых коммуникаций?
40. Условия и факторы организации эффективных маркетинговых коммуникаций?
41. Особенности маркетинговых коммуникаций при продвижении технологических достижений?
42. Основные методы и инструменты продвижения и продаж технологических продуктов?

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине может применяться **традиционная** система контроля и оценки успеваемости студентов.

Критерии выставления оценок по четырехбалльной системе «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» либо «зачет», «незачет» приведены в таблице 7.

Критерии оценивания результатов обучения

Таблица 7

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично) (зачтено)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – высокий.
Средний уровень «4» (хорошо) (зачтено)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – хороший (средний).
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно) (зачтено)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – достаточный.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно) (незачтено)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Маркетинг в агропромышленном комплексе: учебник и практикум для академического бакалавриата/Н.В. Акканина [и др.]; под ред. Н. В. Акканиной. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 314 с.
2. Управление маркетингом в АПК: учебник для студентов высших учебных заведений по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК Т.А. Бурцева, М.А. Кауфман, А.В. Пошатаев и др.; под ред. проф. А.В. Пошатаева, М-во сел. хоз-ва Рос. Федерации, Рос. гос. аграр.

7.2 Дополнительная литература

1. Стратегический маркетинг: ситуации, примеры: учеб. пособие для студ. вузов / Д. Эткинсон, Й. Уилсон; Ред. перевода Ю. А. Цыпкин. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. - 471 с.
2. Агрорыкетинг: учебное пособие / Е. В. Закшевская, С. В. Гончаров ; М-во сел. хоз-ва и прод. РФ, Воронеж. гос. аграр. ун-т им. К. Д. Глинки. - Воронеж : ВГАУ, 1999. - 233 с.
3. Гражданский Кодекс Российской Федерации.
4. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей".
5. Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации (одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 10 июля 2014 г. N 1273-р).
6. Федеральный закон Российской Федерации от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
7. Федеральный закон от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.economy.gov.ru/mines/main> - Министерство экономического развития Российской Федерации
2. <http://www.gks.ru/> Федеральная служба государственной статистики
3. <http://sostav.ru/> , <http://4p.ru/> - сайты по вопросам маркетинга
<http://www.ram.ru/> - сайт Российской ассоциации маркетинга

9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Консультант плюс [электронный ресурс]. - [Режим доступа]: – <http://www.consultant.ru/online/>
2. Справочная правовая система «Гарант» [электронный ресурс]. - [Режим доступа]: –<https://www.garant.ru/>
3. Statistica [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://statsoft.ru/> (открытый доступ)
4. Электронная доска Miro [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://miro.com/signup/> (открытый доступ)
5. Гугл формы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.google.com/intl/ru/forms/about/> (открытый доступ)

Перечень программного обеспечения

№№ п/п	Наименование раздела учеб- ной дисциплины	Наименование программы	Тип программы	Автор	Год разработки
1	Темы 1-3	MS Office EX- CEL	расчётная	Microsoft	текущая версия

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Таблица 9

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Мультимедийная аудитория 311, учебный корпус 2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, круглых столов и пр. 1. Системный блок NT computer 1 шт. (Инв. 556563). 2. Монитор Vie-wSonik VA 1916w 1 шт. (Инв. 34799/4). 3. Парты 13 шт. 4. Скамья 13 шт. 5. Доска 3-х элементная меловая 1 шт. (Инв. 556033/2) 6. Мультимедийным проектор CP – S 318 Hitachi 1 шт. (Инв. 35642/3) 7. Экран для проектора настенно-потолочный.
Аудитория для проведения планируемой учебной, учебно-исследовательской, научно-исследовательской работы студентов, выполняемой во внеаудиторное время по заданию преподавателя. Аудитория № 313, учебный корпус 2	1. Парты – 12 шт. 2. Стулья – 24 шт. 3. Доска магнитно-маркерная – 1 шт. (Инв. 560957/1). 4. Экран для проектора настенно потолочный – 1шт.
ЦНБ имени Н. И. Железнова, читальный зал	9 читальный залов, оснащенных Wi-Fi, с открытым доступом к Интернету, 5 компьютеризированных читальных залов.
Общежитие № 9	Комната для самоподготовки

11. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины

Образовательный процесс по дисциплине организован в форме учебных занятий (контактная работа (аудиторной и внеаудиторной) обучающихся с преподавателем и самостоятельная работа обучающихся). Учебные занятия (в том числе по реализации практической подготовки) представлены следующими видами, включая учебные занятия, направленные на практическую подготовку обучающихся и проведение текущего контроля успеваемости:

- лекции (занятия лекционного типа);
- семинары, практические занятия, лабораторные работы (занятия семинарского типа);
- групповые консультации;
- индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся;
- самостоятельная работа обучающихся;
- занятия иных видов.

На учебных занятиях обучающиеся выполняют запланированные настоящей программой отдельные виды учебных работ, в том числе отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший занятия обязан, в срок, установленный преподавателем, отработать его, выполнив соответствующее индивидуальное задание (по согласованию с преподавателем). Лекционные и практические занятия отрабатываются по результатам устного ответа на контрольные вопросы, соответствующих пропущенным темам.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

В программе дисциплины предусмотрена работа, выполняемая студентами под непосредственным руководством преподавателя в аудитории или аудиторная самостоятельная работа и внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении домашних заданий, рефератов, научной проработки учебного материала с использованием учебника, учебных пособий, дополнительной методической и научной литературы.

Программу разработала:

Ворожейкина Т.М. д.э.н., доцент



РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины

Б1.О.05 «Основы коммерциализации технологических достижений»

ОПОП ВО по направлению 35.04.04 – «Агрономия»,

Направленность «Интегрированная защита растений», «Технология производства продукции растениеводства», «Управление агробизнесом в растениеводстве», «Генетика, селекция и семеноводство», «Фитотехнологии и биопродукционные системы»

(квалификация выпускника – магистр)

Постниковой Любовью Валерьевной, и.о. заведующего кафедрой бухгалтерского учета, финансов и налогообложения ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева», кандидатом экономических наук, доцентом (далее по тексту рецензент), проведено рецензирование рабочей программы дисциплины Б1.О.05 «Основы коммерциализации технологических достижений» ОПОП ВО по направлению 35.04.04 – «Агрономия», Направленность «Интегрированная защита растений», «Технология производства продукции растениеводства», «Управление агробизнесом в растениеводстве», «Генетика, селекция и семеноводство», «Фитотехнологии и биопродукционные системы» (квалификация выпускника – магистр) разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре организации производства. Разработчик – Ворожейкина Татьяна Михайловна, заведующий кафедрой организации производства, д.э.н., доцент

Рассмотрев представленные на рецензирование материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины Б1.О.05 «Основы коммерциализации технологических достижений» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 35.04.04 – «Агрономия». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к обязательной части учебного цикла

3. Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 35.04.04 – «Агрономия»

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Основы коммерциализации технологических достижений» закреплено 2 компетенции (6 индикаторов). Дисциплина Б1.О.05 «Основы коммерциализации технологических достижений» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях. Профессиональная компетенция реализуется в соответствии с требованиями рынка труда, обобщенным отечественным и зарубежным опытом, проведенными консультациями с ведущими работодателями отрасли. Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

5. Общая трудоёмкость дисциплины Б1.О.05 «Основы коммерциализации технологических достижений» составляет 3 зачётные единицы (108 часов).

6. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина Б1.О.05 «Основы коммерциализации технологических достижений» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 35.04.04 – «Агрономия» и возможность дублирования в содержании отсутствует.

7. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

8. Программа дисциплины Б1.О.05 «Основы коммерциализации технологических достижений» предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

9. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 35.04.04 – «Агрономия»

10. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, работа над домашним заданием в форме игрового проектирования (в профессиональной области) и аудиторных заданиях), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета в первом семестре, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины обязательной части учебного цикла – Б1.О ФГОС ВО направления 35.04.04 – «Агрономия».

11. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

12. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 2 источника (базовый учебник), дополнительной литературой – 2 наименования, 5 источников со ссылкой на электронные ресурсы, Интернет-ресурсы – 5 источников и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 35.04.04 – «Агрономия».

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Основы коммерциализации технологических достижений» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

14. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Основы коммерциализации технологических достижений».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенного рецензирования можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Основы коммерциализации технологических достижений» ОПОП ВО по направлению 35.04.04 – «Агрономия», Направленность «Интегрированная защита растений», «Технология производства продукции растениеводства», «Управление агробизнесом в растениеводстве», «Генетика, селекция и семеноводство», «Фитотехнологии и биопродукционные системы» (квалификация выпускника – магистр), разработанная Ворожейкиной Татьяной Михайловной, заведующим кафедрой организации производства д.э.н. соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент:

Постникова Любовь Валерьевна,
и.о. заведующего кафедрой бухгалтерского учета,
финансов и налогообложения ФГБОУ ВО
«Российский государственный аграрный
университет - МСХА имени К. А. Тимирязева»,

кандидат экономических наук  «28» июня 2023 г.