



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УРОПСИ

Рабочая программа модуля
МОДУЛЬ ПО ВЫБОРУ 3.2 «МАРКЕТИНГ РЫБОХОЗЯЙСТВЕННОЙ КОМПАНИИ»

основной профессиональной образовательной программы бакалавриата
по направлению подготовки
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

ИНСТИТУТ

Отраслевой экономики и управления

ВЫПУСКАЮЩАЯ КАФЕДРА

Менеджмент

РАЗРАБОТЧИК

УРОПСИ

1 ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ

1.1 Целью освоения модуля по выбору 3.2 «Маркетинг рыбохозяйственной компании» является формирование у студентов понятийного аппарата, инструментария и методологии деятельности в сфере маркетинга и реализации продукции на предприятиях сферы рыбопромышленного комплекса, расширение, систематизация и закрепление теоретических знаний, а также приобретение практических навыков студентами при решении стратегических задач планирования и организации маркетинговой деятельности предприятия в рыночных условиях на основе использования современных методик и инструментария менеджмента и маркетинга, решения маркетинговых задач в области обеспечения конкурентоспособности предприятий рыбохозяйственного комплекса, формирование и усвоение теоретических знаний в области маркетинга рыбных товаров, использование маркетинга для принятия решений, связанных с производством и продвижением продукции предприятий рыбохозяйственного комплекса, развитие теории и практики моделирования поведения потребителей предприятий рыбохозяйственного комплекса, формирование у студентов понятийного аппарата, инструментария и методологии деятельности в сфере маркетинга взаимоотношений.

1.2 Процесс изучения модуля направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки.

Таблица 1– Планируемые результаты обучения по дисциплинам (модулям), соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-10:Способен оценивать инвестиционные проекты, осуществлять финансовое планирование и прогнозирование деятельности организации; ПК-11:Способен демонстрировать навыки владения технологиями и методами оценки конъюнктуры рынка и конкурентной среды с учетом воздействия макроэкономических факторов..</p>	<p>ПК-10.3:Формирует маркетинговые каналы распределения рыбохозяйственной продукции с учетом прогнозных оценок развития рынка рыбных товаров; ПК-11.1:Проводит диагностику внешней среды, выявляет возможности и угрозы и оценивает их воздействие на деятельность субъектов хозяйствования.</p>	<p>Маркетинговые каналы распределения рыбохозяйственной продукции</p>	<p><u>Знать:</u> - основные термины предметной области маркетингового распределения рыбохозяйственной продукции; - принципы организации маркетинговых каналов распределения рыбохозяйственной продукции; - функции маркетинговых каналов при распределении рыбохозяйственной продукции; - сбытовые стратегии маркетинга и специфику их применения в сфере реализации рыбохозяйственной продукции <u>Уметь:</u> - оценивать эффективность маркетинговых инструментов при реализации рыбохозяйственной продукции; - оценивать эффективность используемых каналов сбыта рыбохозяйственной продукции; - использовать навыки маркетинговой деятельности при реализации рыбохозяйственной продукции в сети интернет. <u>Владеть:</u> - маркетинговыми методами распределения рыбохозяйственной продукции; - навыками управления каналами сбыта рыбохозяйственной продукции; - методами стимулирования сбыта, обеспечивающими эффективную реализацию рыбохозяйственной продукции.</p>
<p>ПК-3:Способен проводить маркетинговые исследования с</p>	<p>ПК-3.1:Осуществляет подготовку к проведению маркетингового</p>	<p>Организация деятельности службы маркетинга в рыбохозяйственных</p>	<p><u>Знать:</u> - сущность и виды рыночных и специфических рисков при организации деятельности службы маркетинга</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
использованием инструментов комплекса маркетинга.	исследования и разрабатывает комплекс маркетинговых коммуникаций организации.	компаниях	рыбохозяйственной компании; - инструменты анализа рыночных и специфических рисков при организации деятельности службы маркетинга рыбохозяйственной компании; - маркетинговые технологии для обоснования направлений развития службы маркетинга в рыбохозяйственных компаниях <u>Уметь:</u> - использовать инструменты проведения анализа рыночных и специфических рисков при организации деятельности службы маркетинга рыбохозяйственной компании; - использовать целеполагание, маркетинговые технологии для обоснования направлений развития службы маркетинга в рыбохозяйственных компаниях; - обеспечивать организацию деятельности службы маркетинга рыбохозяйственной компании. <u>Владеть:</u> - инструментами проведения анализа рыночных и специфических рисков при организации деятельности службы маркетинга рыбохозяйственной компании; - навыками целеполагания, маркетинговыми технологиями для обоснования направлений развития службы маркетинга в рыбохозяйственных компаниях; - навыками проведения качественных и количественных маркетинговых исследований, подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг.
ПК-10:Способен оценивать инвестиционные проекты,	ПК-10.1:Владеет технологиями многоаспектной оценки	Оценка конкурентоспособности рыбохозяйственного	<u>Знать:</u> – эволюцию научно-теоретических основ и ключевые концепции теории конкуренции;

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>осуществлять финансовое планирование и прогнозирование деятельности организации; ПК-11:Способен демонстрировать навыки владения технологиями и методами оценки конъюнктуры рынка и конкурентной среды с учетом воздействия макроэкономических факторов.</p>	<p>реализуемости инвестиционных предложений, проектов и программ с учетом результатов анализа конъюнктуры рынка; ПК-11.1:Проводит диагностику внешней среды, выявляет возможности и угрозы и оценивает их воздействие на деятельность субъектов хозяйствования.</p>	<p>комплекса</p>	<p>– сущность конкуренции как системообразующего элемента рыночной экономики, ее движущих силах, видах, формах в бизнес-среде; – основные методы и инструменты формирования конкурентоспособности предприятий рыбохозяйственного комплекса; – роль маркетинга в обеспечении конкурентоспособности предприятий рыбохозяйственного комплекса; – значение показателя конкурентоспособности, как одного из главных показателей, характеризующего состояние и перспективы развития; – содержание и цели формирования конкурентных стратегий предприятий рыбохозяйственного комплекса. <u>Уметь:</u> – анализировать современное состояние и перспективы развития рынка предприятий рыбохозяйственного комплекса; – выявлять факторы и движущие силы конкуренции, её инструменты, специфику и ограничения; – оценивать конкурентоспособность предприятий рыбохозяйственного комплекса; – выявлять основные проблемы формирования и развития конкурентоспособности предприятий рыбохозяйственного комплекса; – использовать понятийный аппарат теории конкуренции для обоснования конкурентной стратегии предприятий рыбохозяйственного комплекса; – оценивать обоснованность выбора конкурентной стратегии предприятий рыбохозяйственного комплекса. <u>Владеть:</u> – категориальным аппаратом дисциплины на уровне</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>понимания и свободного воспроизведения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по теории конкуренции и практике их развития; – навыками систематической работы с учебной и справочной литературой, публикациями по современной теории конкуренции; – методологией исследования современных проблем теории конкуренции и формирования конкурентоспособности предприятий рыбохозяйственного комплекса; – основами диагностики состояния конкурентной среды, конкурентоспособности предприятий рыбохозяйственного комплекса; – расчетными методами уровня конкурентоспособности предприятий рыбохозяйственного комплекса; – основами оценки последствий принимаемых решений в области изменения конкурентоспособности предприятий рыбохозяйственного комплекса.
<p>ПК-3:Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p>	<p>ПК-3.2:Проводит маркетинговые исследования и анализирует маркетинговую информацию для подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг, разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности</p>	<p>Маркетинг рыбных товаров</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – объекты и субъекты, процесс маркетинговой деятельности рыбных товаров; – маркетинговую среду предприятий рыбохозяйственного комплекса; – структуру рынка продукции предприятий рыбохозяйственного комплекса; – назначение сегментации рынка предприятий рыбохозяйственного комплекса и критерии выбора сегментов; – особенности формирования ассортимента рыбных товаров; – показатели конкурентоспособности рыбных товаров и

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
	организации.		<p>пути ее повышения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности формирования политики в области ценообразования, сбыта и продвижения рыбных товаров. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – формулировать обоснованные с точки зрения факторного окружения цели, задачи маркетинговой деятельности предприятий рыбохозяйственного комплекса; – осуществлять сбор и интерпретацию необходимых данных о внешней и внутренней маркетинговой среде предприятий рыбохозяйственного комплекса; – внедрять систему основных принципов маркетинга в деятельность предприятий рыбохозяйственного комплекса с учетом влияния внутренних и внешних факторов рыночной среды; – формировать обоснованные факторному окружению элементы товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики; – формировать оптимальный товарный портфель предприятий рыбохозяйственного комплекса, оценивать конкурентоспособность рыбных товаров. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – категориальным аппаратом дисциплины на уровне понимания и свободного воспроизведения; – навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по теории маркетинга; – навыками систематической работы с учебной и справочной литературой, публикациями по современной теории конкуренции; – использования маркетинговых инструментов для освоения сегментов рынка сбыта.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-11:Способен демонстрировать навыки владения технологиями и методами оценки конъюнктуры рынка и конкурентной среды с учетом воздействия макроэкономических факторов.</p>	<p>ПК-11.2:Проводит анализ основных параметров поведения потребителей и формирования спроса.</p>	<p>Управление поведением потребителей предприятий рыбохозяйственного комплекса</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание ключевых понятий и определений в области поведения потребителя; - этапы маркетингового исследования поведения потребителя; - классификации потребностей, и факторов, определяющие развитие потребностей у потребителей на отраслевых рынках; - модели покупательского поведения на B2B и B2C рынках; - особенности сегментирования потребителя на B2B и B2C рынках; - основные методы управления поведением потребителя предприятий рыбохозяйственного комплекса. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать маркетинговую среду рынка или предприятия рыбохозяйственного комплекса; - формулировать цели и стратегические задачи в области поведения потребителя предприятия рыбохозяйственного комплекса; - определить модель покупательского поведения предприятия рыбохозяйственного комплекса; - проводить исследование поведения потребителей предприятия рыбохозяйственного комплекса с помощью многофакторных моделей. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методиками перекрестного сегментирования продукта и потребителя предприятия рыбохозяйственного комплекса по моделям; - методиками макро и микро-сегментирования потребителя, производителя, продукта;

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			- методологией разработки мероприятий по управлению поведением потребителей предприятия рыбохозяйственного комплекса.
ПК-11:Способен демонстрировать навыки владения технологиями и методами оценки конъюнктуры рынка и конкурентной среды с учетом воздействия макроэкономических факторов.	ПК-11.2:Проводит анализ основных параметров поведения потребителей и формирования спроса.	Маркетинг взаимоотношений	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные положения маркетинга взаимоотношений как компонента отраслевого маркетинга; - сущность современных концепций маркетинга взаимоотношений; - отличительные особенности концепции маркетинга взаимоотношений от концепций транзакционного и многоуровневого маркетинга; - методологию внедрения идей потребительской лояльности на предприятиях, в том числе сельскохозяйственного и рыбопромышленного профиля. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить аудит на предприятии в сфере маркетинга взаимоотношений; - оценивать эффективность внедренной на предприятии программы лояльности; - использовать технологические инструменты для маркетинга взаимоотношений; - выстраивать систему взаимоотношений в сетевом маркетинге; <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинговыми методами сбора информации, ее обработки, систематизации и обобщения для целей маркетинга взаимоотношений в экономической среде; - навыками работы с научной, специальной и справочной литературой при решении задач предметной области

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			маркетинга взаимоотношений; - методами маркетинга взаимоотношений предприятий сферы сельского хозяйства, рыбопромышленного комплекса и др.

2 ТРУДОЁМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ, СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЯ, ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО НЕМУ

Модуль по выбору 3.2 «Маркетинг рыбохозяйственной компании» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и включает в себя шесть дисциплин.

Общая трудоемкость модуля составляет 29 зачетных единиц (з.е.), т.е. 1044 академических часа (783 астр. часа) контактной и самостоятельной учебной работы студента; работой, связанной с текущей и промежуточной (заключительной) аттестацией по дисциплинам модуля.

Распределение трудоемкости освоения дисциплинам по семестрам, видам учебной работы студента, а также формы контроля приведены ниже.

Таблица 2 - Объем (трудоёмкость освоения) в очной форме обучения и структура модуля

Наименование	Семестр	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа					СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
					Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
Маркетинговые каналы распределения рыбохозяйственной продукции	6	Э	4	144	30	-	30	2	2,25	46	33,75
Организация деятельности службы маркетинга в рыбохозяйственных компаниях	6	Э	5	180	30	-	30	14	2,25	70	33,75
Оценка конкурентоспособности рыбохозяйственного комплекса	7	ДЗ	5	180	30	-	30	14	0,15	105,85	-
Маркетинг рыбных товаров	7	ДЗ	5	180	30	-	30	14	0,15	105,85	-
Управление поведением потребителей предприятий рыбохозяйственного комплекса	8	КР, Э	6	216	32	-	32	14	5,25	99	33,75

Наименование	Семестр	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа					СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
					Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
Маркетинг взаимоотношений	8	ДЗ	4	144	22	-	22	12	0,15	87,85	-
Итого по модулю:			29	1044	174	-	174	70	10,2	514,55	101,25

Таблица 3 - Объем (трудоемкость освоения) в очно-заочной форме обучения и структура модуля

Наименование	Семестр	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа					СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
					Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
Маркетинговые каналы распределения рыбохозяйственной продукции	6	Э	4	144	4	-	8	14	2,25	82	33,75
Организация деятельности службы маркетинга в рыбохозяйственных компаниях	7	Э	5	180	4	-	8	20	2,25	112	33,75
Оценка конкурентоспособности рыбохозяйственного комплекса	9	ДЗ	5	180	4	-	10	30	0,15	135,85	-
Маркетинг рыбных товаров	7	ДЗ	5	180	4	-	8	20	0,15	147,85	-
Управление поведением потребителей предприятий рыбохозяйственного комплекса	8	КР, Э	6	216	6	-	8	30	5,25	133	33,75

Наименование	Семестр	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа					СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
					Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
Маркетинг взаимоотношений	9	ДЗ	4	144	2	-	10	26	0,15	105,85	-
Итого по модулю:			29	1044	24	-	52	140	10,2	716,55	101,25

Обозначения: Э – экзамен; З – зачет; ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой); КР (КП) – курсовая работа (курсовой проект); контр. – контрольная работа, РГР – расчетно-графическая работа; Лек – лекционные занятия; Лаб - лабораторные занятия; Пр – практические занятия; РЭ – контактная работа с преподавателем в ЭИОС; КА – контактная работа, консультации, инд.занятия, практики и аттестации; СРС – самостоятельная работа студентов

Таблица 4– Курсовые работы (проекты)

Вид	Курс	Семестр	Трудоемкость
<i>Наименование дисциплины:</i>			
Управление поведением потребителей предприятий рыбохозяйственного комплекса			
КР	4	8	36

При разработке образовательной технологии организации учебного процесса основной упор сделан на соединение активной и интерактивной форм обучения. Интерактивная форма позволяет студентам проявить самостоятельность в освоении теоретического материала и овладении практическими навыками, формирует интерес и позитивную мотивацию к учебе.

3 УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА

Учебно-методическое обеспечение модуля приведено в таблицах 5 и 6.

Таблица 5 –Перечень основной и дополнительной литературы

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
Маркетинговые каналы распределения рыбохозяйственной продукции	<p>1. Кирюков, С.И. Управление маркетинговыми каналами [Электронный ресурс]: учебник / С.И. Кирюков ; Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа менеджмента. - Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2010. - 366 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p> <p>2. Пономарев, С.В. Фермерское рыбоводство для предприятий среднего и малого бизнеса : учебник / С. В. Пономарев, Л. Ю. Лагуткина. - Москва : МОРКНИГА, 2015. - 550 с.</p>	<p>1. Мансуров, Р.Е. Технологии маркетинга [Электронный ресурс] : практикум / Р.Е. Мансуров. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. - 183 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p> <p>2. Маркетинг : учеб. пособие / [под ред. И. М. Синяевой]. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. – 383 с.</p> <p>3. Романов, А.А. Маркетинговые коммуникации : учебник / А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2012. - 383 с.</p> <p>4. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.А. Скворцова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 325 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p>
Организация деятельности службы маркетинга в рыбохозяйственных компаниях	<p>1. Тузова, А.А. Организация службы маркетинга на предприятии [Электронный ресурс] / А.А. Тузова. - Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2011. - 85 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p> <p>2. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебное пособие / ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p> <p>3. Минько, Э.В. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. (ЭБС «Университетская библиотека он-лайн»).</p>	<p>1. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.А. Лебедева, Т.Н. Макарова, Н.А. Скворцова и др. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 125 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p> <p>2. Маркетинг-менеджмент : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / Высш. шк. экономики – Нац. исслед. ун-т ; под ред.: И. В. Липсица, О. К. Ойнер. - Москва : Юрайт, 2016. - 379 с.</p> <p>3. Маркетинг PR и рекламы [Электронный ресурс] : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; ред. И.М. Синяевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p> <p>4. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.А. Скворцова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 325 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p> <p>5. Трофимова, Л. А. Методы принятия управленческих решений : учеб. и практикум / Л. А. Трофимова, В. В. Трофимов ; СПбГУ. - Москва : Юрайт, 2015. - 335 с.</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
<p>Оценка конкурентоспособности рыбохозяйственного комплекса</p>	<p>1. Криворотов, В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.В. Криворотов, А.В. Калина, С.Е. Ерыпалов. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p> <p>2. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. / И. М. Лифиц ; рец. : Т. Н. Парамонова, М. А. Николаева ; РГТЭУ. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 437 с.</p> <p>3. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): Теория и методология [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 799 с. (ЭБС «Университетская библиотека он-лайн»).</p> <p>4. Алексунин, В.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / В.А. Алексунин. - 6-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 200 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p>	<p>1. Афанасьева, О.Е. Маркетинг: теория и практика : учеб. пособие для студентов экон. специальностей всех форм обучения / О. Е. Афанасьева ; Федер. агентство по рыболовству, Балт. гос. акад. рыбопромыслового флота, Калинингр. гос. техн. ун-т. - Калининград : БГАРФ, 2013. - 279 с.</p> <p>2. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов: Практический курс : учеб. и прак-тикум / Е. П. Голубков ; Рос. акад. народ. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ. - Москва : Юрайт, 2016. - 474 с.</p> <p>3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. пособие / под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. – 280 с.</p> <p>4. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.А. Скворцова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 325 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p>
<p>Маркетинг рыбных товаров</p>	<p>1. Алексунин, В.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / В.А. Алексунин. - 6-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 200 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p> <p>2. Маркетинг : учеб. / под ред. Н. М. Кондратенко. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2012. - 543 с.</p> <p>3. Минько, Э.В. Маркетинг [Электронный</p>	<p>1. Афанасьева, О.Е. Маркетинг: теория и практика : учеб. пособие для студентов экон. специальностей всех форм обучения / О. Е. Афанасьева ; Федер. агентство по рыболовству, Балт. гос. акад. рыбопромыслового флота, Калинингр. гос. техн. ун-т. - Калининград : БГАРФ, 2013. - 279 с.</p> <p>2. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов : Практический курс : учеб. и практикум / Е. П. Голубков ; Рос. акад. народ. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ. - Москва : Юрайт, 2016. - 474 с.</p> <p>3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. пособие / под</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>ресурс]: учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. (ЭБС «Университетская библиотека он-лайн»).</p>	<p>общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. – 280 с. 4. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.А. Скворцова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 325 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн») 5. Маркевич, А. Л. Основы экономики, менеджмента и маркетинга для морских специальностей рыбопромыслового флота : учеб. пособие / А. Л. Маркевич. - Москва : МОРКНИГА, 2012. - 267 с. 6. Чичельницкий, И.М. Маркетинг в рыбном хозяйстве / И. М. Чичельницкий. - Москва : [РНАН], 2003. - 182 с.</p>
<p>Управление поведением потребителей предприятий рыбохозяйственного комплекса</p>	<p>1. Дубровин, И.А. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.А. Дубровин. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 312 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн») 2. Меликян, О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебник / О.М. Меликян. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 280 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).</p>	<p>1. Алешина, И.В. Поведение потребителей : учеб. пособие / И. В. Алешина. - Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2000. - 376 с. 2. Ким, Т.В. Экономика предприятий рыбохозяйственной отрасли : учеб. пособие / Т. В. Ким, Т. В. Бубновская, Н. А. Коровина. - Москва : МОРКНИГА, 2015. - 391 с. 3. Макарова, Т.Н. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : практикум / Т.Н. Макарова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 66 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн») 4. Моисеева, В.Г. Методы исследования поведения потребителей : учеб. пособие по дисциплинам: "Методы исслед. поведения потребителей" для магистрантов направления "Менеджмент" профиля "Менеджмент по связям с общественностью"; "Поведение потребителей", "Маркетинговые исслед." для бакалавров по профилю "Маркетинг" всех форм обучения / В. Г. Моисеева ; Федер. агентство по рыболовству, Калинингр. гос. техн. ун-т, Балт. гос. акад. рыбопромыслового флота. - Калининград : БГАРФ, 2015. - 38 с. 5. Никулина, С.А. Психология массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.А. Никулина. - Москва : Директ-Медиа, 2014. - 170 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн») 6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 04.06.2018) "О защите прав потребителей" (Справочная правовая система</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		«КонсультантПлюс»).
Маркетинг взаимоотношений	1. Иган, Д. Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений [Электронный ресурс] : учебник / Иган Джон ; пер. Е.Э. Лалаян. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 375 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»). 2. Маркетинг : учеб. / под ред. Н. М. Кондратенко. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2012. - 543 с.	1. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов: Практический курс : учеб. и практикум / Е. П. Голубков ; Рос. акад. народ. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ. - Москва : Юрайт, 2016. - 474 с. 2. Мансуров, Р.Е. Технологии маркетинга [Электронный ресурс] : практикум / Р.Е. Мансуров. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. - 183 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»). 3. Романов, А.А. Маркетинговые коммуникации : учебник / А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2012. - 383 с.

Таблица 6– Перечень периодических изданий, учебно-методических пособий и нормативной литературы

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
Маркетинговые каналы распределения рыбохозяйственной продукции	«Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинговые исследования», «Экономическая среда».	1. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех специальностей и направлений ИФЭМ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т финансов, экономики и менеджмента ; сост.: А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд., [испр.], доп. - Калининград : КГТУ, 2017. - 22 с.
Организация деятельности службы маркетинга в рыбохозяйственных компаниях	«Маркетинг в России и за рубежом», «Вопросы экономики», «Маркетинг и маркетинговые исследования».	1. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех специальностей и направлений ИФЭМ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т финансов, экономики и менеджмента ; сост.: А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд., [испр.], доп. - Калининград : КГТУ, 2017. - 22 с.
Оценка конкурентоспособности	«Менеджмент в России и за рубежом», «Управление персоналом»,	1. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
бности рыбохозяйственного комплекса	«Экономическая среда».	всех специальностей и направлений ИФЭМ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т финансов, экономики и менеджмента ; сост.: А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд., [испр.], доп. - Калининград : КГТУ, 2017. - 22 с.
Маркетинг рыбных товаров	«Менеджмент в России и за рубежом», «Управление персоналом», «Экономическая среда».	1. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех специальностей и направлений ИФЭМ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т финансов, экономики и менеджмента ; сост.: А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд., [испр.], доп. - Калининград : КГТУ, 2017. - 22 с.
Управление поведением потребителей предприятий рыбохозяйственного комплекса	«Рыбное хозяйство», «Рыбоводство и рыбное хозяйство», «Управление персоналом», «Экономическая среда», «Коммерческий директор».	1. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех специальностей и направлений ИФЭМ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т финансов, экономики и менеджмента ; сост.: А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд., [испр.], доп. - Калининград : КГТУ, 2017. - 22 с.
Маркетинг взаимоотношений	«Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинговые исследования», «Экономическая среда».	1. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех специальностей и направлений ИФЭМ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т финансов, экономики и менеджмента ; сост.: А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд., [испр.], доп. - Калининград : КГТУ, 2017. - 22 с.

4 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ МОДУЛЯ

Информационные технологии

В ходе освоения модуля, обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды университета.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обучающимся по образовательной программе обеспечивается доступ (удаленный доступ), а также перечень лицензионного программного обеспечения определяется в рабочей программе и подлежит обновлению при необходимости.

Электронные образовательные ресурсы:

Российская образовательная платформа и конструктор бесплатных открытых онлайн-курсов и уроков - <https://stepik.org>

Образовательная платформа - <https://openedu.ru/>

Состав современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационных справочных систем (ИСС).

1. Маркетинговые каналы распределения рыбохозяйственной продукции:

База данных «Экономика рыбной отрасли» www.fish.gov.ru/otraslevayadeyatelnost/ekonomika-otrasli;

База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент www.cfin.ru/rubricator.shtml;

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>;

2. Организация деятельности службы маркетинга в рыбохозяйственных компаниях:

База данных «Экономика отрасли – Статистика и аналитика» Росрыболовства www.fish.gov.ru/otraslevayadeyatelnost/ekonomika-otrasli/statistika-i-analitika;

База профессиональных данных Федерального агентства по рыболовству «Банк правовых актов» <http://fish.gov.ru/>;

3. Оценка конкурентоспособности компаний рыбохозяйственного комплекса:

База данных Research Papers in Economics (самая большая в мире коллекция электронных научных публикаций по экономике включает библиографические описания публикаций, статей, книг и других информационных ресурсов) <https://edirc.repec.org/data/derasru.html>;

Единый архив экономических и социологических данных
http://sophist.hse.ru/data_access.shtml;

База данных «Экономика рыбной отрасли» www.fish.gov.ru/otraslevayadeyatnost/ekonomika-otrasli;

4. Маркетинг рыбных товаров:

Педагогическая библиотека www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/index.php;

База профессиональных данных «Мир психологии» <http://psychology.net.ru/>;

5. Управление поведением потребителей предприятий рыбохозяйственного комплекса:

Корпоративная база данных Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН – Рыболовство и аквакультура www.fao.org/fishery/statistics/collections/ru;

База данных «Экономика отрасли – Статистика и аналитика» Росрыболовства www.fish.gov.ru/otraslevayadeyatnost/ekonomika-otrasli/statistika-i-analitika;

6. Маркетинг взаимоотношений:

Педагогическая библиотека www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/index.php;

База профессиональных данных «Мир психологии» <http://psychology.net.ru/>.

5 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МОДУЛЯ

Аудиторные занятия проводятся в специализированных аудиториях с мультимедийным оборудованием, в компьютерных классах, а также в других аудиториях университета согласно расписанию занятий.

Консультации проводятся в соответствии с расписанием консультаций.

Предэкзаменационные консультации проводятся в аудиториях в соответствии с графиком консультаций.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

При освоении модуля используется программное обеспечение общего назначения и специализированное программное обеспечение.

Перечень соответствующих помещений и их оснащения приведен в таблице 7.

Таблица 7– Материально-техническое обеспечение модуля

Наименование дисциплин	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.
Маркетинговые каналы распределения рыбохозяйственной продукции	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 312М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106М – помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - парты, стулья. 5 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК. 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2013 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБИрбис 64 6. КонсультантПлюс»
Организация деятельности службы маркетинга в рыбохозяйственных компаниях	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 306М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - стол преподавателя, стулья, чертёжные столы, широкоформатные доски. Комплекты деталей и сборочных единиц; комплекты демонстрационных плакатов и моделей	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - парты, стулья. 5 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК. 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2013 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome 5. САБИрбис 64 6. КонсультантПлюс»
Оценка конкурентоспособности	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 219М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Демонстрационное мультимедийное	

Наименование дисциплин	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.
рыбохозяйственно го комплекса	занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	оборудование: проектор, экран, компьютер. Акустическая система.	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 312М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106М – помещения для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - парты, стулья. 5 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК. 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription" приложение MS Office Standard 2013 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome 5. САБИрбис 64 6. КонсультантПлюс»
Маркетинг рыбных товаров	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 109М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья.	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106М – помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - парты, стулья. 5 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК. 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2013 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome 5. САБИрбис 64 6. КонсультантПлюс»

Наименование дисциплин	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.
Управление поведением потребителей предприятий рыбохозяйственно го комплекса	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 414М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 210М – компьютерный класс – аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. 16 компьютеров с подключением к сети Интернет. Комплект лицензионного программного обеспечения.	Типовое ПО на всех ПК. 1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription"). 2. Офисное приложение MS Office XP Professional (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription"). 3. Kaspersky Endpoint Security. 4. Google Chrome . 5. Программное обеспечение бухгалтерского и кадрового учета: 1С Предприятие 8:3. 6. «Альт-Инвест Прим» компьютерная модель, предназначенная для проведения экспресс-оценки инвестиционных проектов, «Альт-Финансы» анализ финансового состояния предприятия
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106М – помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - парты, стулья. 5 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК. 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2013 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome 5. САБИРбис 64 6. КонсультантПлюс»
Маркетинг взаимоотношений	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 213М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Акустическая система; Доска д/маркеров 100/150; доска для презентаций; проектор ViewSonic PJ5880, экран, компьютер.	1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft

Наименование дисциплин	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.
	промежуточной аттестации г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106М – помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - парты, стулья. 5 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	"Open Value Subscription") Типовое ПО на всех ПК. 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2013 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome 5. САБИрбис 64 6. КонсультантПлюс»

6 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ, СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

6.1 Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения модуля (в т.ч. в процессе освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложении к рабочей программе дисциплиномодуля (утверждается отдельно).

6.2 Универсальная система оценивания результатов обучения включает в себя системы оценок: 1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»; 2) «зачтено», «не зачтено»; 3) 100 – балльную/процентную систему и правило перевода оценок в пятибалльную систему (табл. 8).

Таблица 8 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
1 Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некоторые из которых может связывать между собой)	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полнотой знаний и системным взглядом на изучаемый объект
2 Работа с информацией	Не в состоянии находить необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи
3. Научное осмысление изучаемого	Не может делать научно корректных выводов из	В состоянии осуществлять научно	В состоянии осуществлять систематический	В состоянии осуществлять систематический

Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
явления, процесса, объекта	имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из имеющихся у него сведений	корректный анализ предоставленной информации	и научно корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные задаче данные	и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные поставленной задаче данные, предлагает новые ракурсы поставленной задачи
4. Освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

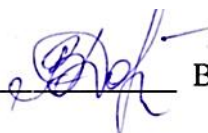
6.3 Оценивание результатов обучения может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

7 СВЕДЕНИЯ О РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ И ЕЕ СОГЛАСОВАНИИ

Рабочая программа модуля по выбору 3.2 «Маркетинг рыбохозяйственной компании» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента (протокол № 7 от 05.04.2022 г.)

Заведующая кафедрой


_____ В. В. Дорофеева

Директор института


_____ А.Г. Мнацаканян