



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

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УРОПС

Рабочая программа модуля
**МОДУЛЬ ПО ВЫБОРУ 2 «УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В
РЫБОХОЗЯЙСТВЕННОЙ КОМПАНИИ»**

основной профессиональной образовательной программы магистратуры
по направлению подготовки
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль программы
«УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ»

ИНСТИТУТ

Отраслевой экономики и управления

ВЫПУСКАЮЩАЯ КАФЕДРА

Менеджмент

РАЗРАБОТЧИК

УРОПС

1 ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ

1.1 Целью освоения модуля «Управление маркетингом в рыбохозяйственной компании» является расширение, систематизация и закрепление теоретических знаний, а также приобретение практических навыков студентами при решении задач принятия экономически обоснованных стратегических и тактических маркетинговых решений, специальных профессиональных знаний об особенностях организации и осуществления сбытовой политики на предприятиях, специализирующихся в сфере рыбной продукции, формирование у студентов навыков управления отношениями между ключевыми рыночными партнерами в рыбохозяйственном комплексе в рамках концепции маркетинга взаимодействия. приобретение комплексных знаний и умений, а также формирование компетенций в области системного управления маркетингом в рыбопромышленной компании, необходимых в профессиональной деятельности специалистов по направлению подготовки.

Дисциплина «Управление маркетингом на рынке B2B рыбопромышленной компании», входящая в модуль, направлена на овладение студентами знаниями и практическими навыками по управлению маркетинговой деятельностью рыбопромышленной компании, обеспечение взаимодействия служб предприятия для устойчивого функционирования и эффективной деятельности на рынке с учетом потребностей потребителей, отраслевой специфики и внутреннего потенциала предприятия, формирование профессиональных знаний об особенностях организации и ведения международной хозяйственной деятельности предприятий рыбохозяйственного комплекса.

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-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>ПК-6: Способность оценивать экономические и социальные последствия принимаемых маркетинговых решений.</p>	<p>ПК-1.5: Экономически обосновывает принимаемые маркетинговые решения с учетом их экономических и социальных последствий;</p> <p>ПК-6.1: Проводит экономический анализ маркетинговой составляющей деятельности рыбопромышленной компании.</p>	<p>Экономическое обоснование маркетинговых решений в рыбохозяйственном комплексе</p>	<p><u>Знать</u>: сущность, виды и последствия принимаемых управленческих решений в области маркетинга; процесс принятия маркетинговых решений; методы управления корпоративными финансами; методы экономического анализа; способы экономического обоснования принимаемых маркетинговых решений.</p> <p><u>Уметь</u>: использовать инструменты и методы принятия маркетинговых решений и их обоснования; собирать информацию, необходимую для проведения обоснования маркетинговых решений; использовать методы экономического и финансового анализа для обоснования инвестиционных решений в области маркетинга; оценивать возможные экономические и социальные последствия принимаемых маркетинговых решений.</p> <p><u>Владеть</u>: инструментами проведения экономического анализа маркетинговых проектов; навыками целеполагания, маркетинговыми технологиями для обоснования принимаемых решений в области маркетинга; методами экономического и финансового анализа для обоснования инвестиционных решений в области маркетинга; маркетинговым инструментарием в области экономического обоснования управленческих решений.</p>
<p>ПК-7: Способен управлять маркетинговыми процессами на рынках B2B и B2C.</p>	<p>ПК-7.1: Использует знания и навыки управления маркетинговыми процессами на различных рынках при формировании маркетинговых каналов распределения рыбной продукции.</p>	<p>Маркетинговые каналы распределения рыбной продукции</p>	<p><u>Знать</u>: профессиональные термины предметной области сбытовой политики предприятия рыбохозяйственного комплекса; методологию осуществления сбытовой политики предприятия рыбохозяйственного комплекса; инструменты маркетингового аудита сбытовой политики предприятия рыбохозяйственного комплекса;</p> <p><u>Уметь</u>: разрабатывать маркетинговую сбытовую политику отраслевого предприятия; проводить аудит сбытовой политики предприятия рыбохозяйственного комплекса; проводить анализ эффективности методов стимулирования сбыта предприятия рыбохозяйственного комплекса;</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p><u>Владеть</u> :инструментами управления каналами сбыта рыбной продукции; инструментами стимулирования сбыта, обеспечивающими эффективную реализацию рыбной продукции; инструментами маркетингового аудита отраслевого предприятия.</p>
<p>ПК-4: Способен использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.</p>	<p>ПК-4.2: Анализирует и учитывает поведение экономических агентов в условиях глобальной экономики для обеспечения эффективных взаимодействий предприятий рыбохозяйственного комплекса.</p>	<p>Маркетинг взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе</p>	<p><u>Знать</u>: концептуальные основы маркетинга взаимодействия; особенности функционирования рыбохозяйственного комплекса региона и страны; стратегически значимые процессы создания ценности объектов транзакций в рыбохозяйственном комплексе; сущность и принципы работы системы менеджмента качества в рыбохозяйственном комплексе; сущность и принципы работы системы управления взаимоотношениями с клиентами в рыбохозяйственном комплексе; принципы построения долгосрочного партнёрства в процессе деловых коммуникаций внутри предприятий рыбохозяйственного комплекса;</p> <p><u>Уметь</u>: проводить анализ эффективности взаимодействия между ключевыми рыночными партнерами в рыбохозяйственном комплексе; разрабатывать стратегии и программы развития стратегически значимых процессов создания ценности объектов транзакций в рыбохозяйственном комплексе; осуществлять внедрение системы менеджмента качества на всех этапах взаимодействия между ключевыми рыночными партнерами в рыбохозяйственном комплексе; осуществлять планирование и реализацию мероприятий в процессе управления взаимоотношениями с клиентами в рыбохозяйственном комплексе; создавать эффективную коммуникационную среду для построения долгосрочных партнёрских отношений внутри предприятий рыбохозяйственного комплекса;</p> <p><u>Владеть</u> :навыками мониторинга, оценки и постоянного улучшения стратегически значимых процессов создания ценности объектов транзакций в рыбохозяйственном комплексе; методами анализа эффективности взаимодействия между ключевыми рыночными партнерами в рыбохозяйственном комплексе; навыками разработки, плани-</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>рования и внедрения программ при развитии маркетинга взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе; навыками управления системой менеджмента качества на предприятиях рыбохозяйственного комплекса; навыками управления системой взаимодействия с потребителями в рыбохозяйственном комплексе; навыками контроля эффективности и результативности мероприятий в процессе выстраивания коммуникационной среды при развитии маркетинга взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе.</p>
<p>ПК-7: Способен управлять маркетинговыми процессами на рынках B2B и B2C.</p>	<p>ПК-7.2: Формирует умение управления маркетинговыми процессами на рынке B2B рыбопромышленной компании.</p>	<p>Управление маркетингом на рынке B2B рыбопромышленной компании</p>	<p><u>Знать:</u> категориальный аппарат и технологии анализа рынка рыбной продукции и разработки маркетинговых функциональных стратегий; особенности управления маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровне; теоретические и методологические основы организации маркетинговой деятельности в рыбохозяйственной компании; принципы и особенности проектирования оптимальных организационных структур управления маркетингом в рыбохозяйственной компании; особенности организационно-правового обеспечения деятельности маркетинговых служб и менеджеров по маркетингу; основы бизнес-планирования и разработки эффективных маркетинговых программ; методы оценки риска по маркетинговым проектам; особенности управления маркетинговой политикой рыбохозяйственной компании; особенности и методы управления элементами комплекса маркетинга (товаром, ценой, распределением и продвижением) рыбохозяйственной компании; особенности управления портфелем заказов рыбохозяйственной компании; содержание системы контроля и оценки эффективности маркетинга.</p> <p><u>Уметь:</u> внедрять систему основных принципов управления маркетингом в хозяйственную деятельность с учетом влияния внутренних и внешних факторов рыночной среды; использовать методы маркетингового управления для успешной реализации маркетинговых проектов в рыбохозяйственной компании; разрабатывать управлен-</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
			<p>ческие решения в области маркетинга на стратегическом, функциональном и операционном уровнях; применять методы планирования и прогнозирования для определения приоритетных целей и перспективных задач маркетинговой деятельности рыбохозяйственной компании, а также выбора оптимальных стратегий их решения; разрабатывать экономическое обоснование стратегических и оперативных планов деятельности рыбохозяйственной компании; разрабатывать элементы комплекса маркетинга для различных товаров, предназначенных для рынка B2B рыбной продукции; использовать маркетинговые коммуникации для проникновения на рынок, привлечения потребителей и успешного позиционирования; проводить внешний и внутренний аудит маркетинговой деятельности рыбохозяйственной компании; производить системную оценку эффективности маркетинговой деятельности рыбохозяйственной компании.</p> <p><u>Владеть:</u> методами проектирования организационных структур маркетинга и оценки их эффективности; методами стратегического и тактического планирования, структурного, сравнительного, системного анализа для осуществления исследований рынка рыбной продукции, моделирования и прогнозирования его развития; навыками экономического, социального и информационного обоснования концепции управления маркетинговой деятельностью рыбохозяйственной компании; навыками использования маркетинговых инструментов для освоения существующих и новых сегментов рынка сбыта рыбной продукции; методами оценки инвестиций в маркетинг на B2B рынке и управления рентабельностью инвестиций в маркетинг; навыками достижения коммерческого успеха в результате своевременного контроля, учета и комплексной оценки маркетингового потенциала рыбохозяйственной компании.</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ПК-4: Способен использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>ПК-4.2: Анализирует и учитывает поведение экономических агентов в условиях глобальной экономики для обеспечения эффективных взаимодействий предприятий рыбохозяйственного комплекса.</p>	<p>Международный маркетинг предприятий рыбохозяйственного комплекса</p>	<p><u>Знать</u>: особенности международного маркетинга для сферы рыбохозяйственного комплекса; предпосылки выхода предприятия на международный отраслевой рынок; методы анализа международных отраслевых рынков.</p> <p><u>Уметь</u>: выявлять отраслевые маркетинговые тенденции; определять наиболее эффективные стратегии при выходе на международные рынки; выявлять приоритетные направления развития предприятия в рамках международного маркетинга.</p> <p><u>Владеть</u>: навыками использования маркетингового инструментария в международном бизнесе; инструментами анализа международных рынков; инструментами формирования маркетингового информационного поля отраслевой компании на международном рынке.</p>

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

Модуль «Управление маркетингом в рыбохозяйственной компании» относится к блоку 1 части, формируемой участниками образовательных отношений, и включает в себя пять дисциплин.

Общая трудоемкость модуля составляет 13 зачетных единиц (з.е.), т.е. 468 академических часов (351 астр. час) контактной и самостоятельной учебной работы студента; работой, связанной с текущей и промежуточной (заключительной) аттестацией по дисциплинам модуля.

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

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

Наименование	Семестр	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа					СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
					Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
Экономическое обоснование маркетинговых решений в рыбохозяйственном комплексе	3	З	2	72	10	-	20	2	0,15	39,85	-
Маркетинговые каналы распределения рыбной продукции	2	КР, ДЗ	3	108	6	-	20	2	3,15	76,85	-
Маркетинг взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе	2	ДЗ	3	108	10	-	20	2	0,15	75,85	-
Управление маркетингом на рынке В2В рыбопромышленной компании	3	КР, Э	3	108	10	-	20	2	5,25	37	33,75
Международный маркетинг предприятий рыбохозяйственного комплекса	3	З	2	72	6	-	20	2	0,15	43,85	-
Итого по модулю:			13	468	42	-	100	10	8,85	273,4	33,75

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

Наименование	Семестр	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа						СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
					УЗ	Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
Экономическое обоснование маркетинговых решений в рыбохозяйственном комплексе	4	контр. 3	2	72	-	2	-	2	4	0,65	59,5	3,85
Маркетинговые каналы распределения рыбной продукции	2	КР, ДЗ	3	108	2	2	-	6	4	3,15	87	3,85
Маркетинг взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе	2	контр. ДЗ	3	108	-	2	-	6	4	0,65	91,5	3,85
Управление маркетингом на рынке В2В рыбопромышленной компании	3	КР, Э	3	108	2	2	-	4	4	5,25	84	6,75
Международный маркетинг предприятий рыбохозяйственного комплекса	3	контр. 3	2	72	-	2	-	2	4	0,65	59,5	3,85
Итого по модулю:			13	468	4	10	-	20	20	10,35	381,5	22,15

Обозначения: Э – экзамен; 3 – 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
Маркетинговые каналы распределения рыбной продукции			
КР	1	2	36
Управление маркетингом на рынке В2В рыбопромышленной компании			
КР	2	3	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 дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
<p>Экономическое обоснование маркетинговых решений в рыбохозяйственном комплексе</p>	<p>1. Калужский, М. Л. Маркетинг : учебник / М. Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 216 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-4499-1657-0. – DOI 10.23681/598991. – Текст : электронный.</p> <p>2. Бижанова, Е. М. Маркетинг : учебное пособие / Е. М. Бижанова. — Пенза : ПГУ, 2019. — 170 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/162292 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-907185-39-5. — Текст : электронный.</p> <p>3. Татаренко, В. Н. Методы принятия управленческих и маркетинговых решений : учебное пособие / В. Н. Татаренко ; под редакцией О. А. Полянской. — Санкт-Петербург : СПбГЛТУ, 2022. — 92 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/308636 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-9239-1338-5. — Текст : электронный.</p> <p>4. Березовская, Е. А. Системы поддержки принятия решений : учебное пособие / Е. А. Березовская, С. В. Крюков ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 128 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612165 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-9275-3567-5. – Текст :</p>	<p>1. Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 440 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621688 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-394-04234-8. – Текст : электронный.</p> <p>2. Алексунин, В. А. Маркетинг : учебник / В. А. Алексунин. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 200 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573217 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-394-03163-2. – Текст : электронный.</p> <p>3. Исаев, А. А. Теория принятия решения о покупке : учебное пособие / А. А. Исаев. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 72 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=693260 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-4499-3149-8. – Текст : электронный.</p> <p>4. Управление маркетингом : учебник и практикум / под общ. ред. С. В. Карповой, Д. В. Тюрина. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 366 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495740 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-394-02790-1. – Текст : электронный.</p> <p>5. Технологии принятия финансовых решений в предпринимательской сфере : учебное пособие : / Е. А. Федулова, Н. А. Вакутин, Е. А. Калачева [и др.] ; под ред. Е. А. Федуловой ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово :</p>

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>электронный.</p> <p>5. Лисьев, Г. А. Технологии поддержки принятия решений : учебное пособие : / Г. А. Лисьев, И. В. Попова. – 4-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2022. – 133 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103806 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-9765-1300-6. – Текст : электронный.</p> <p>6. Райская, М. В. Экономический анализ и управление производством (предприятием) : учебное пособие / М. В. Райская ; Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2021. – 164 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=702051 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-7882-3066-5. – Текст : электронный.</p>	<p>Кемеровский государственный университет, 2020. – 230 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685096 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-8353-2637-2. – Текст : электронный.</p> <p>6. Латкин, А. П. Современные подходы к маркетинговому обоснованию концепции развития объектов торговой недвижимости: монография : монография / А. П. Латкин. — Владивосток : ВГУЭС, 2018. — 204 с. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/161465 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-9736-0536-0.— Текст: электронный.</p>
<p>Маркетинговые каналы распределения рыбной продукции</p>	<p>1. Бижанова, Е. М. Маркетинг : учебное пособие / Е. М. Бижанова. — Пенза : ПГУ, 2019. — 170 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/162292 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-907185-39-5.— Текст : электронный.</p> <p>2. Шендо, М. В. Маркетинг : учебное пособие / М. В. Шендо, Е. В. Свиридова. — Астрахань : АГТУ, 2020. — 136 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/223823 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-89154-703-2. — Текст : электрон-</p>	<p>1. Лунева, Е. А. Современные маркетинговые технологии : учебное пособие / Е. А. Лунева ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2017. – 112 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493360 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-8149-2418-6. – Текст : электронный.</p> <p>2. Корякина, А. В. Инвестиционные ресурсы рыбохозяйственного комплекса (на примере рыбохозяйственного комплекса Калининградской области) : монография / А. В. Корякина, А. Г. Мнацаканян, В. А. Теплицкий ; под редакцией В. А. Теплицкого. — Калининград : КГТУ, 2014. — 98 с. — Ре-</p>

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>ный.</p> <p>3. Балабанова, Л. В. Управление сбытовой политикой : учебное пособие / Л. В. Балабанова, Е. А. Анциферова, Л. А. Строкина. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2022. — 187 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/338825 (дата обращения: 31.08.2022). — Текст : электронный.</p> <p>4. Белякова, Е. В. Логистика распределения : учебное пособие / Е. В. Белякова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2020. — 110 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/165875 (дата обращения: 31.08.2022). — Текст : электронный.</p> <p>5. Москалев, М. В. Современные концепции и технологии маркетинга : учебное пособие / М. В. Москалев, С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. — 100 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/162894 (дата обращения: 31.08.2022). — Текст : электронный.</p> <p>6. Состояние и перспективы развития основных товарных направлений мировых рынков : монография / Н. В. Воробьева, Д. О. Грачева, Ю. В. Орел [и др.]. — Ставрополь : СтГАУ, 2021. — 164 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/245717 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-9596-1809-4. — Текст : электронный.</p>	<p>жим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/359537 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-94826-384-7. — Текст : электронный.</p> <p>3. Левков, С. А. Вопросы продвижения продукции рыбохозяйственного комплекса Камчатского края на внутрироссийский рынок : монография / С. А. Левков. — Петропавловск-Камчатский : КамчатГТУ, 2020. — 103 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/219488 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-328-00410-7. — Текст : электронный.</p> <p>4. Салтыков, М. А. Государственное регулирование рыбохозяйственной деятельности (экономика, финансы, управление) : учебное пособие / М. А. Салтыков. — Находка : Дальрыбвтуз, 2018. — 190 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/156834 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-88871-721-9. — Текст : электронный.</p> <p>5. Мансуров, Р. Е. Технологии маркетинга : практикум / Р. Е. Мансуров. — 2-е изд. — Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. — 184 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618254 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-9729-0675-8. — Текст : электронный.</p> <p>6. Основы индустриальной аквакультуры : учебник / Е. И. Хрусталева, К. Б. Хайновский, О. Е. Гончаренко, К. А. Мол-</p>

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
		чанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 280 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/206021 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-8114-3229-5. — Текст : электронный.
Маркетинг взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе	<p>1. Иган, Д. Маркетинг взаимоотношений : анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник / Д. Иган ; пер. Е. Э. Лалаян. — 2-е изд. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 376 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684880 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-238-01321-3. — Текст : электронный.</p> <p>2. Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 98 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/167596 (дата обращения: 31.08.2022). — Текст : электронный.</p> <p>3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева [и др.] ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2022. — 434 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710033 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-394-05009-1. — Текст : электронный.</p>	<p>1. Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений: Практикум : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2022. — 95 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/240143 (дата обращения: 31.08.2022). — Текст : электронный.</p> <p>2. Маркетинг взаимодействия: новые направления исследований и инструментарий : монография / под редакцией Г. Л. Багиева и Ю. Ф. Поповой. — Сыктывкар : СГУ им. Питири-ма Сорокина, 2014. — 249 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/176954 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-87237-908-9. — Текст : электронный.</p> <p>3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. Т. Гришина, Л. А. Дробышева, Т. Л. Дашкова [и др.] ; под ред. Ю. В. Морозова, В. Т. Гришиной. — 9-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2018. — 446 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-394-02263-0. — Текст : электронный.</p> <p>4. Состояние и перспективы развития основных товарных направлений мировых рынков : монография / Н. В. Воробьева, Д. О. Грачева, Ю. В. Орел [и др.]. — Ставрополь : СтГАУ,</p>

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
		<p>2021. — 164 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/245717 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-9596-1809-4. — Текст : электронный.</p> <p>5. Дубровина, Н. А. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Н. А. Дубровина, Ю. И. Ряжева. — Самара : Самарский университет, 2019. — 88 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/146983 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-7883-1456-3. — Текст : электронный.</p> <p>6. Липатова, Н. Н. Сельскохозяйственная кооперация : учебное пособие / Н. Н. Липатова. — Самара : СамГАУ, 2021. — 171 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/170662 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-88575-628-0. — Текст : электронный.</p>
<p>Управление маркетингом на рынке B2B рыбопромышленной компании</p>	<p>1. Управление маркетингом : учебник и практикум / С. В. Карпова, Г. А. Гадиев, Д. А. Жильцов [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой, Д. В. Тюрина. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2023. — 366 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710101 (дата обращения: 31.08.2023). — ISBN 978-5-394-05444-0. — Текст : электронный.</p> <p>2. Миролубова, А. А. Менеджмент и маркетинг B2B : практико-ориентированный учебник : учебник / А. А. Миролубова, О. Л. Ксенофонтова, И. А. Астраханцева. — Москва : Директ-Медиа, 2023. — 176 с. — Режим доступа: по подписке.</p>	<p>1. Кожемяко, А. П. Эра умных продаж на рынке B2B : практическое пособие / А. П. Кожемяко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Галактика, 2022. — 285 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=688206 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-6047562-1-8. — Текст : электронный.</p> <p>2. Балахнин, И. Найден более быстрый маршрут : применение карт путешествия потребителя для повышения продаж и лояльности. Теперь и в B2B : практическое пособие / И. Балахнин ; ред. Л. Иванова. — Москва : Альпина ПРО, 2022. —</p>

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>– URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708439 (дата обращения: 31.08.2023). – ISBN 978-5-4499-4108-4. – Текст : электронный.</p> <p>3. Лужнова, Н. В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н. В. Лужнова, О. М. Калиева ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2017. – 289 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-7410-1642-8. – Текст : электронный.</p>	<p>184 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=707678 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-907394-87-2. – Текст : электронный.</p> <p>3. Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг : учеб. и практикум / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова ; Рос. ун-т дружбы народов. - Москва : Юрайт, 2017. - 433 с. - ISBN 978-5-534-00628-5 (в пер.). - Текст : непосредственный.</p> <p>4. Калужский, М. Л. Практический маркетинг : учебник / М. Л. Калужский. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 186 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598989 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-4499-1656-3. – DOI 10.23681/598989. – Текст : электронный.</p> <p>5. 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. - ISBN 978-5-9916-3749-7 (в пер.). - Текст : непосредственный.</p> <p>6. Скворцова, Н. А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса : учебное пособие / Н. А. Скворцова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 325 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-4475-5240-4. – DOI 10.23681/363029. – Текст : электронный.</p> <p>7. Пономарев, С. В. Фермерское рыбоводство для предприятий среднего и малого бизнеса : учебник / С. В. Пономарев, Л. Ю. Лагуткина. - Москва : МОРКНИГА, 2015. - 550 с. - ISBN 978-5-906080-16-5 (в пер.). - Текст : непосредственный.</p>

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
Международный маркетинг предприятий рыбохозяйственного комплекса	<p>1. Международный маркетинг : учебное пособие / М. Э. Сейфуллаева, Н. Д. Эриашвили, С. В. Земляк [и др.] ; под общ. ред. М. Э. Сейфуллаевой, Н. Д. Эриашвили. – Москва : Юнити-Дана, 2020. – 261 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685797 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-9941-9553-9-6. – Текст : электронный.</p> <p>2. Моргунов, В. И. Международный маркетинг : учебник / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 182 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621659 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-394-03802-0. – Текст : электронный.</p> <p>3. Касаткин, В. П. Международный рыбопромышленный бизнес : учебное пособие / В. П. Касаткин, М. Н. Чечурина. — Мурманск : МГТУ, 2016. — 212 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/142699 (дата обращения: 31.08.2022). — ISBN 978-5-86185-893-9. — Текст : электронный.</p>	<p>1. Основы международного менеджмента и маркетинга : учебное пособие / О. Т. Шипкова, О. В. Шатаева, Е. В. Скубрий, М. В. Николаев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 168 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615680 (дата обращения: 31.08.2022). – ISBN 978-5-4499-2020-1. – DOI 10.23681/615680. – Текст : электронный.</p> <p>2. Маркетинговый анализ : инструментарий и кейсы : учебник / под ред. Л. С. Латышовой. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 150 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697013 (дата обращения: 31.08.2023). – ISBN 978-5-394-05282-8. – DOI 10.29030/978-5-394-05282-8-2023. – Текст : электронный.</p> <p>3. Клепцова, Л. Н. Международный маркетинг : учебное пособие / Л. Н. Клепцова. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2017. — 202 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/172518 (дата обращения: 31.08.2022). — Текст : электронный.</p> <p>4. Клепцова, Л. Н. Практикум по международному маркетингу : учебное пособие / Л. Н. Клепцова. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2017. — 176 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/172522 (дата обращения: 31.08.2022). — Текст : электронный.</p> <p>5. Маркевич, А. Л. Основы экономики, менеджмента и маркетинга для морских специальностей рыбопромыслового флота : учеб. пособие / А. Л. Маркевич. - Москва : МОРКНИГА, 2012. - 259, [4] с. - ISBN 978-5-903081-54-7 (в пер.). - Текст : непосредственный.</p>

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
		6. Пономарев, С. В. Фермерское рыбоводство для предприятий среднего и малого бизнеса : учебник / С. В. Пономарев, Л. Ю. Лагуткина. - Москва : МОРКНИГА, 2015. - 550 с. - ISBN 978-5-906080-16-5 (в пер.). - Текст : непосредственный.

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

Наименование дисциплины	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
Экономическое обоснование маркетинговых решений в рыбохозяйственном комплексе	«Маркетинг в России и за рубежом», «Вопросы экономики»	<p>1. Беклемешева, Е. В. Экономический анализ в маркетинге : учеб.-метод. пособие по орг. самостоят. работы и выполнению контрол. работ для студентов направления 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения / Е. В. Беклемешева ; Федер. агентство по рыболовству, Калинингр. гос. техн. ун-т, Балт. гос. акад. рыбопромышленного флота. - Электрон. текстовые дан. - Калининград : БГАРФ, 2017. - Режим доступа : для авторизир. пользователей. – URL: http://lib.klgtu.ru/web/index.php (дата обращения 31.08.2022). – Текст: электронный.</p> <p>2. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех уровней, направлений и специальностей ИНОТЭКУ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т отраслевой экономики и упр. ; сост. : А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд. доп. - Электрон. текстовые дан. - Калининград : КГТУ, 2018. – Режим доступа : для авторизир. пользователей. - URL: http://lib.klgtu.ru/web/index.php (дата обращения 31.08.2022). – Текст: электронный.</p>
Маркетинговые каналы распределения рыбной продукции	«Маркетинг в России и за рубежом», «Экономическая среда»	<p>1. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех уровней, направлений и специальностей ИНОТЭКУ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т отраслевой экономики и упр. ; сост. : А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд. доп. - Электрон. текстовые дан. - Калининград : КГТУ, 2018. – Режим доступа : для авторизир. пользователей. - URL: http://lib.klgtu.ru/web/index.php (дата обращения 31.08.2022). – Текст: электронный.</p>

Наименование дисциплины	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
Маркетинг взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе	«Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Рыбное хозяйство», «Практический маркетинг»	1. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех уровней, направлений и специальностей ИНОТЭКУ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т отраслевой экономики и упр. ; сост. : А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд. доп. - Электрон. текстовые дан. - Калининград : КГТУ, 2018. – Режим доступа : для авторизир. пользователей. - URL: http://lib.klgtu.ru/web/index.php (дата обращения 31.08.2022). – Текст: электронный.
Управление маркетингом на рынке В2В рыбопромышленной компании	«Менеджмент в России и за рубежом», «Управление персоналом», «Экономическая среда»	1. Моисеева, Е. Е. Маркетинг нового продукта : учебное пособие / Е. Е. Моисеева. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2018. — 72 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147588 (дата обращения: 31.08.2022). — Текст : электронный. 2. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех уровней, направлений и специальностей ИНОТЭКУ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т отраслевой экономики и упр. ; сост. : А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд. доп. - Электрон. текстовые дан. - Калининград : КГТУ, 2018. – Режим доступа : для авторизир. пользователей. - URL: http://lib.klgtu.ru/web/index.php (дата обращения 31.08.2022). – Текст: электронный.
Международный маркетинг предприятий рыбохозяйственного комплекса	«Маркетинг в России и за рубежом», «Экономическая среда»	1. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех уровней, направлений и специальностей ИНОТЭКУ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т отраслевой экономики и упр. ; сост. : А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд. доп. - Электрон. текстовые дан. - Калининград : КГТУ, 2018. – Режим доступа : для авторизир. пользователей. - URL: http://lib.klgtu.ru/web/index.php (дата обращения 31.08.2022). – Текст: электронный.

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).

Экономическое обоснование маркетинговых решений в рыбохозяйственном комплексе:

База данных ScienceDirect содержит более 1500 журналов издательства Elsevier, среди них издания по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике. Коллекция журналов Economics, Econometrics and Finance - www.sciencedirect.com/#openaccesshttps://www.sciencedirect.com/#open-access;

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

Единый федеральный реестр сведений о банкротстве (ЕФРСБ) – www.bankrot.fedresurs.ru;

Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) - www.esomar.org;

Маркетинговые каналы распределения рыбной продукции:

База статистических данных «Регионы России» Росстата - www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156;

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

База данных исследовательской компании CRG (Capital Research Group), входящей в холдинг "Names" - www.crg.li;

Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) - www.esomar.org;

Маркетинг взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе:

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

Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) - www.esomar.org;

Управление маркетингом на рынке B2B рыбопромышленной компании:

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

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

База открытых данных Росфинмониторинга - www.fedsfm.ru/opendata;

Базы данных ООН по промышленному развитию (ЮНИДО) - www.unido.ru/resources;

Международный маркетинг предприятий рыбохозяйственного комплекса:

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

База данных «Оценочная деятельность» Минэкономразвития РФ - <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/CorpManagment/activity/>;

Справочная правовая система «Консультант Плюс»;

База данных Всемирного банка - Открытые данные - <https://data.worldbank.org/>;

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>.

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 дисциплины	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.
<p>Экономическое обоснование маркетинговых решений в рыбохозяйственном комплексе</p>	<p>г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 304М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p>	<p>Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Демонстрационное мультимедийное оборудование: ноутбук, мультимедиа-проектор, экран</p>	
	<p>г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106М - помещение для самостоятельной работы</p>	<p>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</p>	<p>Типовое ПО на всех ПК. 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "OpenValueSubscription") 2. Офисное приложение MS OfficeStandard 2013 (получаемое по программе Microsoft "OpenValueSubscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБИрбис 64 6. КонсультантПлюс»</p>
<p>Маркетинговые каналы распределения рыбной продукции</p>	<p>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 промежуточной аттестации</p>	<p>Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Акустическая система; Доска д/маркеров 100/150; доска для презентаций; проектор ViewSonic PJ5880 , экран, компьютер.</p>	<p>1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "OpenValueSubscription") 2. Офисное приложение MS OfficeStandard 2013 (получаемое по программе Microsoft "OpenValueSubscription")</p>
	<p>г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 210М – компьютерный класс – аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. 16 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения</p>	<p>Типовое ПО на всех ПК. 1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "OpenValueSubscription"). 2. Офисное приложение MS Office XP Professional (получаемое по программе Microsoft "OpenValueSubscription"). 3. KasperskyEndpointSecurity. 4. GoogleChrome (GNU). 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</p>

Наименование дисциплины	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.
	г. Калининград, Малый переулоч, 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 "OpenValueSubscription") 2. Офисное приложение MS OfficeStandard 2013 (получаемое по программе Microsoft "OpenValueSubscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБИрбис 64 6. КонсультантПлюс»
Маркетинг взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе	г. Калининград, Малый переулоч, 32, УК №2, ауд. 213М - 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. Акустическая система; Доска д/маркеров 100/150; доска для презентаций; проектор ViewSonic PJ5880 , экран, компьютер.	1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "OpenValueSubscription") 2. Офисное приложение MS OfficeStandard 2013 (получаемое по программе Microsoft "OpenValueSubscription")
	г. Калининград, Малый переулоч, 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 "OpenValueSubscription") 2. Офисное приложение MS OfficeStandard 2013 (получаемое по программе Microsoft "OpenValueSubscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБИрбис 64 6. КонсультантПлюс»
Управление маркетингом на рынке B2B рыбопромышленной компании	г. Калининград, Малый переулоч, 32, УК №2, ауд. 213М - 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. Акустическая система; Доска д/маркеров 100/150; доска для презентаций; проектор ViewSonic PJ5880 , экран, компьютер.	1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "OpenValueSubscription") 2. Офисное приложение MS OfficeStandard 2013 (получаемое по программе Microsoft "OpenValueSubscription")
	г. Калининград, Малый переулоч, 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 и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК. 1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "OpenValueSubscription"). 2. Офисное приложение MS Office XP Professional (получаемое по программе Microsoft "OpenValueSubscription"). 3. KasperskyEndpointSecurity.

Наименование дисциплины	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.
			<p>4. GoogleChrome (GNU). 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</p>
	<p>г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106М - помещение для самостоятельной работы</p>	<p>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</p>	<p>Типовое ПО на всех ПК. 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "OpenValueSubscription") 2. Офисное приложение MS OfficeStandard 2013 (получаемое по программе Microsoft "OpenValueSubscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБИрбис 64 6. КонсультантПлюс»</p>
<p>Международный маркетинг предприятий рыбохозяйственного комплекса</p>	<p>г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 304М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p>	<p>Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Демонстрационное мультимедийное оборудование: ноутбук, мультимедиа-проектор, экран</p>	
	<p>г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106М - помещение для самостоятельной работы</p>	<p>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</p>	<p>Типовое ПО на всех ПК. 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "OpenValueSubscription") 2. Офисное приложение MS OfficeStandard 2013 (получаемое по программе Microsoft "OpenValueSubscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБИрбис 64 6. КонсультантПлюс»</p>

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 модуля (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 полной 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 явления, процесса, объекта	Не может делать научно корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые	В состоянии осуществлять научно корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации,	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации,

Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
	из имеющихся у него сведений		вовлекает в исследование новые релевантные задачи данные	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

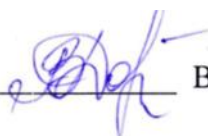
6.3 Оценивание результатов обучения может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

7 СВЕДЕНИЯ О РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ И ЕЕ СОГЛАСОВАНИИ

Рабочая программа модуля «Управление маркетингом в рыбохозяйственной компании» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль программы «Управление маркетингом»).

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. Мнаçаканян