



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

Начальник УРОПС
В.А. Мельникова

Рабочая программа модуля
**МОДУЛЬ ПО ВЫБОРУ2 «УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В
РЫБОХОЗЯЙСТВЕННОЙ КОМПАНИИ»**

основной профессиональной образовательной программы магистратуры
по направлению подготовки
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль программы
«УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ»

ИНСТИТУТ
ВЫПУСКАЮЩАЯ КАФЕДРА
РАЗРАБОТЧИК

ИНОТЭКУ
кафедра менеджмента
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>ПКС-6: Способность оценивать экономические и социальные последствия принимаемых маркетинговых решений.</p>	<p>ПКС-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>ПКС-7: Способность управлять маркетинговыми процессами на рынках B2B и B2C.</p>	<p>ПКС-7.2: 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>ПКС-4: Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.</p>	<p>ПКС-4.4: 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 рыбо-хозяйственном 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>ПКС-7: Способность управлять маркетинговыми процессами на рынках B2B и B2C.</p>	<p>ПКС-7.3: 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>
ПКС-4: Владение методами экономического и стратегического	ПКС-4.5: Управляет предприятиями рыбохозяйственного комплекса	Международный маркетинг предприятий	<u>Знать:</u> особенности международного маркетинга для сферы рыбохозяйственного комплекса; предпосылки выхода предприятия на международный отраслевой рынок; методы анализа международных от-

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ского анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	с использованием технологий международного маркетинга на основе стратегического анализа поведения конкурентов, других представителей контактных аудиторий.	рыбохозяйственного комплекса	<p>раслевых 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 единицы (з.е.), т.е. 468 академических часов (351 астр. часов) 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	3	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 B2B рыбопромышленной компании	3	КР, Э	3	108	10		20	2	5,25	37	33,75
Международный маркетинг предприятий рыбохозяйственного комплекса	3	3	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. Экономический анализ : учебник / под ред. Л. Т. Гиляровой. – 2-е изд., доп. – Москва : Юнити, 2015. – 615 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446487 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 5-238-00383-8. – Текст : электронный.</p> <p>2. Титова, В. А. Управление маркетингом : учебное пособие / В. А. Титова, М. Е. Цой, Е. В. Мамонова ; Новосибирский государственный технический университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2013. – 468 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436286 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-7782-2071-3. – Текст : электронный.</p> <p>3. Управление маркетингом : учебное пособие / под ред. А. В. Короткова, И. М. Синяевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 463 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 5-238-00883-X. – Текст : 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. Маркетинг : учебное пособие / О. А. Лебедева, Т. Н. Макарова, Н. А. Скворцова и др. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 125 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426545 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-4475-5151-3. – DOI 10.23681/426545. – Текст : электронный.</p> <p>3. 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. – ISBN 978-5-9916-6829-3 (в пер.).</p> <p>4. Маркетинг. Практикум : учеб. пособие / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ. - Москва : Юрайт, 2015. - 325 с. – ISBN 978-5-9916-4765-6 (в пер.).</p> <p>5. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. И. М. Синяевой. – Москва : Юнити, 2015. – 495 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-238-02194-2. – Текст : электронный.</p> <p>6. Бабаскин, С. Я. Инновационный проект: методы отбора и инструменты анализа рисков / С. Я. Бабаскин ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2014. – 239 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443281 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-7749-0907-0. – Текст : электронный.</p>

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
Маркетинговые каналы распределения рыбной продукции	<p>1. Лунева, Е. А. Современные маркетинговые технологии : учебное пособие / Е. А. Лунева ; Минобрнауки России, Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2017. – 112 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493360 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-8149-2418-6. – Текст : электронный.</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. – ISBN 978-5-906080-16-5 (в пер.).</p>	<p>1. Бородин, Р. А. Товарная политика как основное направление совершенствования сбытовой политики предприятия : монография / Р. А. Бородин. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 124 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142530 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-504-00748-9. – Текст : электронный.</p> <p>2. Мансуров, Р. Е. Технологии маркетинга : практикум / Р. Е. Мансуров. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 183 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464468 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-9729-0178-4. – Текст : электронный.</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. – ISBN 978-5-9558-0194-0 (Вузовский учебник) (в пер.). – ISBN 978-5-16-004217-6 (ИНФРА-М).</p> <p>4. Маркетинг : учеб. пособие / [под ред. И. М. Синяевой]. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. – 383, [1] с. – ISBN 978-5-9558-0183-4 (Вузовский учебник) (в пер.). – ISBN 978-5-16-004538-2 (ИНФРА-М).</p> <p>5. Пучков, П. И. Сбытовая политика предприятия и ее совершенствование на основе реализации концепции «сквозной логистики» : монография / . – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 91 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142494 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-504-00089-3. – Текст : электронный.</p>
Маркетинг взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе	<p>1. Иган, Д. Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений / Д. Иган ; пер. Е. Э. Лалаян. – 2-е изд. – Москва : Юнити, 2015. – 375 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=14710 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-238-01321-3. – Текст : электронный.</p> <p>2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельно-</p>	<p>1. Костюкова, Е. И. Организационно-методическое обеспечение управленческого учета затрат и калькулирования себестоимости продукции в рыбохозяйственных организациях : монография / Е. И. Костюкова, Р. И. Галилова ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования, Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Агрус, 2013. – 156 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277435 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-9596-0972-6. – Текст : электронный.</p>

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>сти : 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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-394-02263-0. – Текст : электронный.</p>	<p>2. 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, [1] с. – ISBN 978-5-9558-0163-6 (Вузовский учебник) (в пер.). – ISBN 978-5-16-004272-5 (ИНФРА-М).</p> <p>3. Мирошникова, Е. П. Аквакультура : практикум / Е. П. Мирошникова, С. В. Пономарев ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2013. – 184 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259270 (дата обращения: 03.07.2020). – Текст : электронный.</p> <p>4. Латышева, Л. А. Сельскохозяйственная потребительская кооперация : учебное пособие / Л. А. Латышева, Е. И. Лапина, Б. А. Доронин. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2010. – 288 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138767 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-9596-0639-8. – Текст : электронный.</p>
<p>Управление маркетингом на рынке B2B рыбопромышленной компании</p>	<p>1. Управление маркетингом : учебное пособие / под ред. А. В. Короткова, И. М. Синяевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 463 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 5-238-00883-X. – Текст : электронный.</p> <p>2. Куш, С. П. Маркетинг на B2B рынках: отношенческий подход / С. П. Куш, М. М. Смирнова ; Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа менеджмента. – Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2010. – 272 с. – Режим доступа: по подписке. – URL:</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. рыбопромышленного 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. – ISBN 978-5-9916-3749-7 (в пер.).</p> <p>3. 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. – ISBN 978-5-9916-6829-3 (в пер.).</p> <p>4. 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:</p>

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457953 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-9924-0064-9. – Текст : электронный.</p> <p>3. Кирюков, С. И. Управление маркетинговыми каналами : учебник / С. И. Кирюков ; Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа менеджмента. – Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2010. – 366 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457950 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-9924-0046-5. – Текст : электронный.</p> <p>4. Маркевич, А. Л. Основы экономики, менеджмента и маркетинга для морских специальностей рыбопромыслового флота : учеб. пособие / А. Л. Маркевич. - Москва : МОРКНИГА, 2012. - 267 с. – ISBN 978-5-903081-54-7.</p>	<p>http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-4475-5240-4. – DOI 10.23681/363029. – Текст : электронный.</p> <p>5. 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.).</p> <p>6. 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.).</p>
Международный маркетинг предприятий рыбохозяйственного комплекса	<p>1. Сейфуллаева, М. Э. Международный маркетинг : учебник / М. Э. Сейфуллаева. – Москва : Юнити, 2015. – 319 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119592 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 5-238-00800-7. – Текст : электронный.</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. – ISBN</p>	<p>1. Багиев, Г. Л. Международный маркетинг : учебник / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2008. - 688 с. – ISBN 978-5-91180-660-6 (в пер.).</p> <p>2. Коксин, А. П. Маркетинг в системе регионального менеджмента / А. П. Коксин. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 125 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141441 (дата обращения: 03.07.2020). – ISBN 978-5-504-00194-4. – Текст : электронный.</p> <p>3. Медведев, А. Г. Международный менеджмент: стратегические решения в многонациональных компаниях / А. Г. Медведев ; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2014. – 495 с. – Режим доступа: по подписке. – URL:</p>

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
	978-5-906080-16-5 (в пер.).	<p>http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458070 (дата обращения: 03.07.2020). – – ISBN 978-5-9924-0082-3. – Текст : электронный.</p> <p>4. Международный маркетинг : учеб. пособие / под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. – 290, [1] с. - ISBN 978-5-9558-0219-0 (Вузовский учебник) (в пер.). – ISBN 978-5-16-004983-0 (ИНФРА-М).</p> <p>5. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации : учебник / А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2012. - 383 с. – ISBN 978-5-9558-0194-0 (Вузовский учебник) (в пер.). – ISBN 978-5-16-004217-6 (ИНФРА-М).</p>

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», «Маркетинг и маркетинговые исследования»	<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/cgi-bin/irbis64r_plus/cgiirbis_64_ft.exe (дата обращения: 03.07.2020). – 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. - Калининград : КГТУ, 2018. - Режим доступа : для авторизир. пользователей. – URL: http://lib.klgtu.ru/cgi-bin/irbis64r_plus/cgiirbis_64_ft.exe (дата обращения: 24.06.2020). –</p>

Наименование дисциплины	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
		Текст : электронный.
Маркетинговые каналы распределения рыбной 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 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. - Калининград : КГТУ, 2018. - Режим доступа : для авторизир. пользователей. – URL: http://lib.klgtu.ru/cgi-bin/irbis64r_plus/cgiirbis_64_ft.exe (дата обращения: 24.06.2020). – Текст : электронный.
Маркетинг взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе	«Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Рыбное хозяйство», «Практический маркетинг», «Новости маркетинга»	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. - Калининград : КГТУ, 2018. - Режим доступа : для авторизир. пользователей. – URL: http://lib.klgtu.ru/cgi-bin/irbis64r_plus/cgiirbis_64_ft.exe (дата обращения: 24.06.2020). – Текст : электронный.
Управление маркетингом на рынке B2B рыбопромышленной компании	«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 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. - Калининград : КГТУ, 2018. - Режим доступа : для авторизир. пользователей. – URL: http://lib.klgtu.ru/cgi-bin/irbis64r_plus/cgiirbis_64_ft.exe (дата обращения: 24.06.2020). – Текст : электронный.
Международный маркетинг предприятий рыбохозяйственного комплекса	«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 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. - Калининград : КГТУ, 2018. - Режим доступа : для авторизир. пользователей. – URL: http://lib.klgtu.ru/cgi-bin/irbis64r_plus/cgiirbis_64_ft.exe (дата обращения: 24.06.2020). – 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/#openaccess<https://www.sciencedirect.com/#open-access;>

База данных «Экономика рыбной отрасли» - www.fish.gov.ru/otraslevayadeyatelnost/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 (CapitalResearchGroup), 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 ResearchPapersinEconomics (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 - специализированная учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, текущего контроля, групповых и индивидуальных занятий, промежуточной аттестации</p>	<p>Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Демонстрационное мультимедийное оборудование: 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 4 компьютера 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 "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. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»</p>
	<p>г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 320М - помещение для профилактики и обслуживания учебного оборудования</p>	<p>Столы, стулья, 2 компьютера, МФУ Canon MF 5940</p>	<p>MS Windows 7 Professional "получаемые по программе "Open Value Subscription"; MS Office 2007 "получаемое по программе "Open Value Subscription"; Браузер - Google Chrome; Антивирус - Forefront Endpoint Protection.</p>
	<p>г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 325М - помещение для хранения учебного оборудования</p>	<p>Шкафы, стеллажи, оборудование и аппаратура для ремонта и профилактики</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, текущего контроля, групповых и индивидуальных консультаций, 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>Программное обеспечение Microsoft, офисные приложения, MS Office Standard 2007, MS Windows 7 Professional, получаемые по программе "Open Value Subscription". Браузер - Google Chrome.; Антивирус - Forefront Endpoint Protection.</p>
	<p>г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 210М – учебная 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 организа-</p>	<p>Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2007 (получаемое по программе Microsoft "Open Value</p>

Наименование дисциплины	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.
		ции, комплект лицензионного программного обеспечения	Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (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
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106М – помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - парты, стулья 4 компьютера 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. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 320М - помещение для профилактики и обслуживания учебного оборудования	Столы, стулья, 2 компьютера, МФУ Canon MF 5940	MS Windows 7 Professional "получаемые по программе "Open Value Subscription""; MS Office 2007 "получаемое по программе "Open Value Subscription""; Браузер - Google Chrome; Антивирус - Forefront Endpoint Protection.
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 325М - помещение для хранения учебного оборудования	Шкафы, стеллажи, оборудование и аппаратура для ремонта и профилактики	
Маркетинг взаимодействия в рыбохозяйственном комплексе	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 213М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, текущего контроля, групповых и индивидуальных консультаций, 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..	Программное обеспечение Microsoft, офисные приложения, MS Office Standard 2007, MS Windows 7 Professional, получаемые по программе "Open Value Subscription". Браузер - Google Chrome.; Антивирус - Forefront Endpoint Protection.
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106М – помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - парты, стулья	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая

Наименование дисциплины	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.
		4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	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. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 320М - помещение для профилактики и обслуживания учебного оборудования	Столы, стулья, 2 компьютера, МФУ Canon MF 5940	MS Windows 7 Professional "получаемые по программе "Open Value Subscription"; MS Office 2007 "получаемое по программе "Open Value Subscription"; Браузер - Google Chrome; Антивирус - Forefront Endpoint Protection.
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 325М - помещение для хранения учебного оборудования	Шкафы, стеллажи, оборудование и аппаратура для ремонта и профилактики	
Управление маркетингом на рынке B2B рыбопромышленной компании	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 208М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья Телевизор LCD, лебедка электрическая, штатив –тренога переносной «Трипод» с лебедкой, стенды (29 шт) ,	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 210М – учебная 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 "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2007 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (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

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 переулок, 32, УК №2, ауд. 106М – помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - парты, стулья 4 компьютера 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. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 320М - помещение для профилактики и обслуживания учебного оборудования	Столы, стулья, 2 компьютера, МФУ Canon MF 5940	Столы, стулья, 2 компьютера, МФУ Canon MF 5940 MS Windows 7 Professional "получаемые по программе "Open Value Subscription"; MS Office 2007 (получаемое по программе "Open Value Subscription"); Браузер - Google Chrome; Антивирус - Forefront Endpoint Protection.
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 325М - помещение для хранения учебного оборудования	Шкафы, стеллажи, оборудование и аппаратура для ремонта и профилактики	
Международный маркетинг предприятий рыбохозяйственного комплекса	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 304М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, текущего контроля, групповых и индивидуальных занятий, промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Демонстрационное мультимедийное оборудование: мультимедиа-проектор, экран	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106М – помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - парты, стулья 4 компьютера 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. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 320М - помещение для профилактики и обслужи-	Столы, стулья, 2 компьютера, МФУ Canon MF 5940	MS Windows 7 Professional "получаемые по программе "Open Value Subscription";

Наименование дисциплины	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.
	вания учебного оборудования		MS Office 2007 "получаемое по программе "Open Value Subscription"; Браузер - Google Chrome; Антивирус - Forefront Endpoint Protection.
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 325М - помещение для хранения учебного оборудования	Шкафы, стеллажи, оборудование и аппаратура для ремонта и профилактики	

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

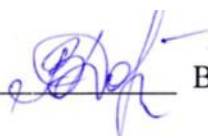
6.3 Оценивание результатов обучения может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

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 «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