

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 28.03.2025 13:12:29
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f01fe1ba2172f775a13

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и
инженерии имени Н.И. Вавилова»**



**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОГО ПРОЕКТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В АПК»**

**Направление подготовки
38.03.06 «Торговое дело»
Направленность (профиль)
Маркетинг и рыночная аналитика в АПК**

Саратов 2025

Методические указания по выполнению курсового проекта по дисциплине «Стратегический маркетинг в АПК» для бакалавров направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» /Л.А. Александрова, А.А. Голубева. Саратов: ФГБОУ ВО Вавиловский университет, 2025. - 23 с.

Предлагается тематика курсовых проектов по стратегическому маркетингу, их структурные элементы, излагаются требования к содержанию курсовых проектов, правила оформления, литературные источники для подготовки.

ВВЕДЕНИЕ

Курсовой проект по дисциплине предусмотрен учебным планом направления подготовки 38.03.06 Торговое дело и представляет собой самостоятельную учебно-исследовательскую работу обучающегося, являясь важным элементом учебного процесса. Цель курсового проектирования:

- углубление теоретических знаний и получение обучающимися навыков по практическому применению статистических приемов обработки экономической информации о явлениях и процессах, происходящих на уровне организаций, предприятий, хозяйствующих субъектов различных видов экономической деятельности;

- формирование профессиональных навыков, связанных с самостоятельной деятельностью специалиста соответствующей квалификации: самостоятельной работы, работы со специальной литературой, научно-исследовательской деятельности;

- самостоятельное выполнение расчетов с использованием современных методов и технологий;

- совершенствование знаний в профессиональной области.

Выполнение курсового проекта обобщает и завершает изучение курса «Стратегический маркетинг в АПК», направленного на формирование навыков стратегического мышления на основе целостного представления маркетинговых методов и инструментов исследования и сценарного прогнозирования рыночной среды организации. Курсовой проект обучающийся выполняет самостоятельно во внеаудиторное время.

Результаты курсового проекта в дальнейшем могут быть использованы при написании выпускной квалификационной работы

1. ЭТАПЫ НАПИСАНИЯ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Обучающийся выполняет курсовой проект в соответствии с заданием и календарным планом под руководством преподавателя, который утверждает тему и план курсовой работы, осуществляет его календарное планирование и текущее руководство.

Текущее руководство подготовки курсового проекта включает систематические консультации с целью оказания научно-методической помощи обучающемуся, контроль за его работой в соответствии с планом-графиком, проверку содержания и оформления завершенного проекта, проведение защиты.

Календарный план выполнения курсового проекта содержит сведения об этапах работы, результатах и сроках выполнения задания.

Выполнение курсового проекта предполагает следующие этапы:

- выбор темы и получение задания на выполнение курсового проекта;
- подбор и изучение необходимой литературы;
- составление плана работы и получение задания на выполнение курсового проекта;
- сбор информации по теме курсового проекта;
- написание курсового проекта;
- доработка курсового проекта в соответствии с полученными от руководителя замечаниями;
- оформление курсового проекта;
- публичная защита курсового проекта.

Точные сроки подготовки и сдачи курсового проекта утверждаются преподавателем в рамках учебного графика.

К защите курсового проекта допускаются только те обучающиеся, которые полностью выполнили требования, определяемые настоящими методическими рекомендациями.

Примечание. В течение месяца после начала семестра (для заочной формы обучения в течение 10 дней с начала сессии) руководителем курсового проекта выдается задание, утвержденное заведующим кафедрой. Обучающийся выполняет курсовой проект в соответствии с полученным заданием. Не допускается передача заданий отсутствующим обучающимся через третьи лица. Задания для выполнения курсового проекта выдаются за подписью руководителя.

Защита курсового проекта относится к промежуточной аттестации, и проходит в соответствии с локальным нормативным актом университета. Подготовленные обучающимся курсовые проекты должны быть подписаны автором, и по решению руководителя допускаются к защите.

Защита курсового проекта осуществляется автором курсового проекта, прием защиты курсового проекта возложен на руководителя курсового проекта. Допускается открытая защита в присутствии всей учебной группы, где обучается автор курсового проекта. Вопросы, задаваемые обучающемуся при защите курсового проекта, не должны выходить за рамки тематики курсового проекта и тех конкретных задач, которые решались обучающимся в процессе выполнения курсового проекта.

По итогам защиты выставляется оценка - «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» в соответствии с критериями оценок прописанных в рабочей программе дисциплины (модуля), утвержденной кафедрой. Оценка курсового проекта заносится в экзаменационную ведомость и в зачетную книжку обучающегося, а также фиксируется на титульном листе курсового проекта за подписью руководителя курсового проекта.

2. ВЫБОР ТЕМЫ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Выбор темы курсового проекта является наиболее важным и ответственным моментом, предопределяющим ее успешное выполнение. Тема курсового проекта выбирается обучающимся самостоятельно в соответствии с примерной тематикой (приложение 1), разработанной кафедрой. Этот перечень является примерным, и обучающийся может в соответствии со своими научными интересами предложить иную тему, не включенную в примерную тематику, или несколько изменить ее название, обосновав при этом важность и целесообразность ее разработки. При этом обязательно согласование с ведущим преподавателем, читающим лекционный курс.

При выборе темы обучающийся должен учитывать не только свои научные интересы, но и практические возможности получения информации организации или отрасли, по материалам которых будет подготавливаться курсовая работа. Во всех случаях тема курсовой работы должна быть актуальной, достаточно конкретной и иметь прикладное значение. Она должна соответствовать современному уровню развития стратегического менеджмента с учетом российской практики. В процессе разработки тема может быть уточнена или изменена по согласованию с ведущим преподавателем.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОБЪЕМУ, СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Общий объем работы (без приложений) должен быть не менее 35 и не более 50 страниц машинописного текста.

Курсовой проект должен содержать:

- титульный лист, оформленный в соответствии с принятой формой;
- содержание (оглавление);
- основную часть;
- список использованной литературы;
- приложения (не обязательно).

Структурно основная часть курсового проекта должна состоять из трех глав: теоретической, аналитической и практической. Практическая глава должна составлять не менее 1/3 объема всей работы и отражать применение методик стратегического анализа на конкретном примере. Внутри глав количество параграфов может варьироваться от 2 до 4 (но не более).

Главы курсового проекта должны быть логически увязаны между собой. Материал необходимо распределять пропорционально между главами и параграфами. Выделение параграфа объемом 1-2 страницы не целесообразно.

Особое внимание следует уделить языку и стилю написания курсового проекта, которые свидетельствуют об общем уровне подготовки и профессиональной культуре будущего специалиста. Работу необходимо проиллюстрировать расчетами, графиками, аналитическими таблицами и схемами.

При подготовке курсового проекта исключается дословное заимствование текста из литературных источников, при цитировании необходимо указывать источник. К защите не допускаются курсовые работы, заимствованные из

Интернета.

3.1. Введение

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цели и задачи курсового проекта, определяется объект, предмет и методы исследования. Примерный объем введения - 1-2 страницы компьютерного текста.

Актуальность темы - это степень её важности в данный момент и в данной ситуации для решения данных проблемы, вопроса или задачи. Можно назвать два основных направления характеристики актуальности. Первое связано с неразработанностью выбранной темы. В данном случае исследование актуально именно потому, что определённые аспекты темы изучены не полностью. Второе направление связано с возможностью решения определённой практической задачи на основе полученных в исследовании данных. Выбирается одно из них или оба, следует кратко изложить главное.

Цель работы - это то, что мы хотим достичь в результате её выполнения. Как правило, цель отражена в названии работы, например, «Разработка стратегии формирования конкурентных преимуществ», цель - дать рекомендации по разработке этой стратегии или дать предложения по совершенствованию системы управления предприятием на основе внедрения соответствующей стратегии.

Задачи - это те действия, которые необходимо выполнить для достижения поставленной в работе цели. Основные задачи сформулированы в названии глав и заглавии курсовой работы.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования может быть конкретное российское предприятие или отрасль (рынок) АПК. Наложение выбранной тематики на российский опыт является обязательным требованием.

Выбор объекта исследования должен осуществляться с учетом возможности сбора вторичной и первичной информации о нем (публикации, на сайты и другие открытые источники, базы прохождения практики). В идеальном случае объект исследования в курсовой работе должен совпадать с планируемым объектом выпускной квалификационной работы. Объект и предмет исследования соотносятся как общее и частное, как целое и часть. Именно предмет исследования определяет тему курсового проекта. Например, если тема работы «Стратегия управления инновационной деятельностью предприятия», то в этом случае объект - предприятие, предмет - управление инновационной деятельностью.

Методы исследования - экономические, социологические, статистические, математические и др.

3.2. Первая глава (теоретическая)

Первая глава курсового проекта является теоретическим исследованием проблемы и выполняется на основе анализа и обобщения имеющейся отечественной и зарубежной литературы (научной, специальной), законодательных, нормативных, статистических и других материалов.

Курсовой проект - это научный труд, поэтому должна обязательно

включать проблематизацию выбранной темы, то есть не просто описывать существующие концепции и подходы, а четко выделять трудности в их использовании и нерешенные наукой задачи, которые выдвигаются бизнес-практикой, оценивать их моральное старение.

В этой главе дается определение основных понятий, рассматриваются концепции и история их развития, анализируются факторы, влияющие на предмет исследования, описываются методы и инструменты стратегического управления. Основное внимание в данном разделе должно быть уделено критическому анализу различных подходов, теорий, концепций, точек зрения по предмету исследования и обоснованной аргументации собственной позиции и взглядов автора на решение проблемы. Теоретические положения, сформулированные в этом разделе, должны стать исходной научной базой для выполнения последующих разделов курсовой работы.

В тексте должны обязательно содержаться ссылки на использованные источники. Примерный объем первой главы 10 - 15 страниц.

3.3. Вторая глава (аналитическая)

Вторая глава носит аналитический характер. Вначале следует дать характеристику организации (предприятия) или отрасли (рынка), по материалам которых проводится исследование, и показать состояние предмета исследования. По организации в первом параграфе «Общая характеристика» необходимо указать наименование, форму собственности и виды деятельности организации; дать характеристику выпускаемой продукции (производимых работ, оказываемых услуг, выполняемых функций); привести схемы производственной и организационной структуры; описать типы производства, режим и регламент работы; представить таблицы основных технико-экономических показателей и другую необходимую информацию.

Обучающийся не должен ограничиваться только констатацией фактов - он должен выявить проблемы и тенденции развития объекта, вскрыть недостатки и проанализировать причины, их обусловившие, а также наметить пути их возможного устранения. Анализ деятельности организации следует проводить с применением современных методов и моделей, пакетов прикладных программ и современных информационных технологий.

Второй параграф данной главы должен отражать анализ исследуемой проблемы (с учетом прогрессивного отечественного и зарубежного опыта стратегического управления). От полноты и качества выполнения анализа зависит обоснованность выводов. Основой для выводов и предложений должно стать сравнение теоретической модели с действительным состоянием, выявленным в процессе анализа. По итогам анализа необходимо сделать выводы, которые послужат основой написания третьей главы. Общий объем второй главы около 15 - 20 страниц.

3.4. Третья глава (практическая)

Третья глава носит практико-рекомендательный характер. Она должна отражать предложения и рекомендации по улучшению системы стратегического управления или стратегических решений (позиций)

организации. Предложения и рекомендации должны носить конкретный характер (что, где и когда надо сделать, кто должен реализовать предложенные мероприятия, какой экономический эффект будет получен). Предложенные мероприятия должны быть аргументированы, логически взаимосвязаны с выводами первой и второй глав. Необходимо указать методы и способы реализации предложенных мероприятий, а также эффект, который при этом может быть получен. Примерный объем третьей главы 10 - 15 страниц.

3.5. Заключение

В заключении последовательно и кратко излагаются выводы и предложения, которые вытекают из содержания курсовой работы и носят обобщающий характер. Из заключения должно быть ясно, что цель и задачи курсовой работы полностью выполнены.

Заключение - это краткое, тезисное обобщение содержания всех параграфов курсового проекта, поэтому в нем не должно быть никакой новой информации. Оно может быть выстроено как единое резюме одним текстом. Другой вариант - пронумерованные отдельные тезисы (до 15).

Важен стиль резюмирования. Следует избегать стиля аннотации, а стараться делать содержательные выводы. Объем заключения - 2-4 страницы.

4.5. Список использованной литературы

Список использованной литературы (не менее 20 наименований) оформляется в соответствии с общепринятыми стандартами. В список включаются только те источники, которые использовались при подготовке курсовой работы и на которые имеются ссылки в основной части работы. Литературные источники включают монографии, периодические издания, нормативные материалы, учебники и учебные пособия, материалы специализированных сайтов и официальных сайтов компаний. Обязательное требование - наличие литературы за последние 3 года (не менее 25%).

4.6. Приложения

Приложения содержат вспомогательный материал, поясняющий отдельные положения курсового проекта (методики расчетов, инструкции, таблицы, фрагменты нормативных документов и т.п.). Указанный материал включается в приложения с целью сокращения объема основной части курсовой работы, его страницы не входят в общий объем работы. Связь приложений с текстом осуществляется с помощью ссылок (например: см. Приложение 1).

4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

1. Титульный лист и задание оформляются в соответствии с приложениями 1 и 2.
2. Объем не менее 20 стр. формата А4.
3. Поля: левое - 30 мм, правое - 15, верхнее - 20, нижнее - 20 мм.
4. Основной текст - шрифт Times New Roman, кегль 14.

Интервал:

- между строками - 1,5;
- между заголовками и текстом - 1;
- внутри таблиц - 1.

5. Абзацный отступ - 1,25 см.

6. Выравнивание основного текста - по ширине. Переносы не допускаются.

7. Заголовки - по центру, прописной полужирный шрифт Times New Roman, кегль 14.

8. Заголовок таблицы - по центру, строчной полужирный Times New Roman, кегль 12.

9. Таблицы нумеруются сквозной нумерацией. Не рекомендуется разрывать таблицу, если она не помещается на целой странице, то оставшуюся часть переносят на другую страницу, и перед ней пишут слова «Продолжение таблицы» с указанием ее номера. Текст таблицы - Times New Roman, кегль 12.

10. Все иллюстрации (схемы, диаграммы, графики и т.п.), приведенные в проекте, именуется рисунками (Рисунок 1 - Наименование иллюстрации); нумерация сквозная; шрифт Times New Roman, кегль 12.

11. Раздел «Список использованной литературы» - Times New Roman, кегль 14.

12. Страницы курсового проекта нумеруются арабскими цифрами в центре нижней части листа без точки. Первой страницей считается титульный лист (приложение 2); второй - задание (приложение 3), третьей - содержание. На этих страницах номера не ставятся. Введение начинается с четвертой страницы.

Каждый раздел курсового проекта начинается с новой страницы. Главы должны иметь порядковые номера, обозначенные арабскими цифрами с точкой. Подразделы (параграфы) должны иметь порядковые номера в пределах каждого раздела, разделенных точками. Перед каждым параграфом делается отступ в один интервал.

Наименование разделов (глав) должно быть кратким и записываться в виде заголовков прописными буквами полужирным шрифтом. Наименование подразделов должно записываться в виде заголовков строчными буквами (кроме первой прописной) полужирным шрифтом. Переносы слов в заголовках не допускаются. Точку в конце заголовка не ставят. Сокращение слов в тексте и подписях под иллюстрациями не допускается.

Список литературы должен быть составлен в соответствии с требованиями ГОСТ Р6.30-97.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЗАЩИТЕ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

К защите курсовой проект представляется в печатном и электронном виде. Электронный вариант курсовой работы в расширении doc, rtf, единый файл вместе с титулом, размещается в личном портфолио обучающегося на сайте. Печатный вариант предоставляется в сброшюрованном (сшитом) виде.

Последовательность брошюровки материала:

1. титульный лист;
2. задание;
3. содержание;
4. введение;
5. основная часть;
6. заключение;
7. список использованных источников;
8. приложения.

Выполненный курсовой проект проверяется руководителем, который допускает или не допускает ее к защите.

Курсовой проект не допускается к защите и возвращается обучающемуся, если его содержание не раскрывает тему исследования или обучающийся не проявил достаточной самостоятельности при написании курсового проекта.

Защита курсового проекта проводится каждым обучающимся публично.

Процедура защиты курсовой работы включает в себя:

1. доклад (5-6 мин.);
2. вопросы руководителя и присутствующих докладчику по содержанию курсового проекта;
3. ответы на вопросы по докладу (5-10 мин.);

Доклад автора курсового проекта должен носить презентационный характер с использованием мультимедийных средств. При неявке автора на защиту по уважительной (подтвержденной документально) причине защита устанавливается дополнительный срок защиты.

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Оценивают курсовой проект, исходя из степени раскрытия темы, самостоятельности и глубины изучения проблемы, обоснованности выводов и предложений, а также определяют уровень навыков и умений обучающегося самостоятельно организовывать свой труд.

«Отлично»- доклад структурирован, раскрывает причины выбора и актуальность темы, цель курсовой работы и его задачи, предмет, объект и хронологические рамки исследования, логику выведения каждого наиболее значимого вывода; в заключительной части доклада показаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, освещены вопросы практического применения и внедрения результатов исследования в практику. Курсовой проект выполнен в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлен в соответствии со стандартом. Ответы на вопросы носят четкий характер, раскрывают сущность вопроса, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами из курсовой работы, показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы обучающимся. Широкое применение и уверенное использование новых информационных технологий как в самом проекте, так и во время доклада.

«Хорошо»- доклад структурирован, допускаются одна-две неточности

при раскрытии причин выбора и актуальности темы, целей курсового проекта и его задач, предмета, объекта и хронологических рамок исследования, допускается погрешность в логике выведения одного из наиболее значимого вывода, но устраняется в ходе дополнительных уточняющихся вопросов; в заключительной части нечетко начертаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы практического применения и внедрения результатов исследования в практику. Курсовой проект выполнен в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ней. Ответы на вопросы носят расплывчатый характер, но при этом раскрывают сущность вопроса, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами из курсовой работы, показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы обучающимся.

«Удовлетворительно»- доклад структурирован, допускаются неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, целей курсового проекта и его задач, предмета, объекта и хронологических рамок исследования, допущена грубая погрешность в логике выведения одного из наиболее значимых выводов, которая при указании на нее устраняется с трудом; в заключительной части слабо показаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы практического применения и внедрения результатов исследования в практику. Курсовой проект выполнен в соответствии с целевой установкой, но не в полной мере отвечает предъявляемым требованиям, оформлен небрежно. Ответы на вопросы носят поверхностный характер, не раскрывают до конца сущности вопроса, слабо подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами из курсовой работы, показывают недостаточную самостоятельность и глубину изучения проблемы обучающимся. Недостаточное применение и неуверенное использование новых информационных технологий как в самом проекте, так и во время доклада.

«Неудовлетворительно»- доклад не полностью структурирован, слабо раскрываются причины выбора и актуальность темы, цели курсовой работы и его задачи, предмет, объект и хронологические рамки исследования, допускаются грубые погрешности в логике выведения нескольких из наиболее значимых выводов, которые при указании на них не устраняются; в заключительной части слабо отражаются перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы практического применения и внедрения результатов исследования в практику. Курсовой проект выполнен с нарушением целевой установки и не отвечает предъявляемым требованиям, в оформлении имеются отступления от стандарта. Ответы на вопросы носят поверхностный характер, не раскрывают его сущности, не подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами из курсовой работы, показывают отсутствие самостоятельности и глубины изучения проблемы обучающимся. Слабое применение и использование новых информационных технологий как в самом проекте, так и во время доклада.

7. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

По написанию курсового проекта

1. Вахрин, П.И. Методика подготовки и процедура защиты курсовых работ по финансовым и экономическим специальностям: учебное пособие [Текст] / П.И.Вахрин - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. - 135 с.
2. ГОСТ 2.104-68 ЕСКД. Основные надписи
3. ГОСТ 2.105-95 ЕСКД. Общие требования к текстовым документам
4. ГОСТ 2.106-68 ЕСКД. Текстовые документы
5. ГОСТ 2.111-68. ЕСКД. Нормоконтроль
6. ГОСТ 2.201-80 ЕСКД. Форматы
7. ГОСТ 2.303-80 ЕСКД. Линии
8. ГОСТ 2.503-90 ЕСКД. Правила внесения изменений
9. ГОСТ 3.1102-81 ЕСТД. Стадии разработки и виды документов
10. ГОСТ 7.12-77. Сокращения русских слов и словосочетаний в библиографическом описании произведений печати
11. ГОСТ 7.1-84. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическое описание документа. Общие требования и правила оформления
12. ГОСТ 7.32-91. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления
13. ГОСТ 8.417-81 ГСИ. Единицы физических величин
14. Иванов, М. А. Молчанова, Т. Б. Макарова; под ред. А.В.Иванова. - 2-е изд., перераб. и доп. - СПб.: Изд-во СПбГТУ, 2010. - 92 с.
15. СТП 3.1.002-01. Система вузовской учебной документации. Формы организации учебного процесса. Термины и определения
16. СТП 3.4.204-01. Система вузовской учебной документации. Требования к оформлению текстовых документов
17. СТП 3.4.205-01. Система вузовской учебной документации. Требования к оформлению
18. Худобин, Л. В. Курсовые и дипломные проекты с развитой научно-исследовательской частью: учебное пособие [Текст]/ Л.В. Худобин, В.Ф.Гурьянихин, В.Р.Берзин. - Ульяновск: УлГТУ, 2008. - 84 с.

По дисциплине «Стратегический маркетинг»

а) основная литература:

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или кол-во экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении
-------	---	----------	----------------------------------	---------------------------

1.	Стратегический маркетинг : учебник - URL: https://znanium.com/catalog/product/2085051	В.Н. Наумов.	Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура) . - ISBN 978-5-16-015270-7. -	Все разделы
2.	Специфика реализации маркетинговых стратегий в условиях санкций и ограничений : монография — URL: https://e.lanbook.com/book/423038	Н. Б. Землянска я, Н. В. Казакова, Э. Р. Латыпов, А. Д. Солодова.	Москва : МАИ, 2024. — 162 с. — ISBN 978-5-6051486-1-6.	Все разделы
3.	Стратегический маркетинг: учебное пособие - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2169466	Т. Г. Виноградова, Д. Я. Магомедмирзоева, М. С. Проскуряков [и др.].	Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2023. - 110 с.	Все разделы
4.	Маркетинг: учебно-методическое пособие — URL: https://e.lanbook.com/book/387719	Т. Г. Родионова, О. И. Барина.	— Вологда : ВГМХА им. Н.В. Верещагина, 2023. — 86 с.	Все разделы

б) дополнительная литература:

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или кол-во экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов
1.	Учебно-методическое пособие по изучению дисциплины "Стратегический маркетинг" : учебно-методическое пособие — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/165632	Бургат, В. В.	Омск : ОмГУПС, 2020. — 25 с.	1-13
2.	Стратегический маркетинг: учебник https://znanium.com/read?id=134070	Е.С. Жук, Н.П. Кетова	Ростов-на-Дону: Изд-во Южного Федерального университета	1-13

3.	Стратегический маркетинг: учебник https://znanium.com/read?id=351097	В.Н. Наумов	ИНФРА-М М, 2020	1-13
4.	Маркетинговый аудит: учебник: учебник http://znanium.com/bookread2.php?book=1027299	Д.В. Тюрин	ИНФРА-М 2014	1-13
5.	Управление стратегическими изменениями в организациях: Учебник http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=510072	Зуб А. Т.	ИНФРА-М М, 2017	6
6.	Конкурентоспособность предприятия (фирмы): Учебное пособие http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=405186	Круглик В. М.	НИЦ ИНФРА-М М, 2013	3, 5
7.	Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: Справочное пособие http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=412045	Маркова В. Д.	НИЦ ИНФРА-М М, 2014	1-12
8.	Производственная стратегия агропромышленного предприятия: учебное пособие http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=624269	Панов А. А.	Волгоград: Волгоградский ГАУ, 2016	4
9.	В поисках совершенства: Уроки самых успешных компаний Америки [Электронный ресурс] http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518931	Питерс, Т.	Альпина Паблишерз М, 2014	1-12
10.	Стратегический менеджмент: Учебник http://znanium.com/bookread2.php?book=318610	Фомичев А.Н.	Дашков и К. М. 2018.	1-12
11.	Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента http://znanium.com/bookread2.php?book=925066	Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель	Альпина Паблишерз М, 2016	1-12
12.	Ключевые стратегические инструменты. 88 инструментов, которые должен знать каждый менеджер [Электронный ресурс] http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=545142	Эванс В.	БИНОМ. Лаборатория знаний М, 2015	

в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. База данных муниципальных образований URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/munst/munst63/DBInet.cgi>

2. Будущее продовольствия и сельского хозяйства: цели и альтернативы глобального устойчивого развития. URL: <http://www.bis.gov.uk/assets/foreign-sight/docs/food-and-farming/11-926-future-of-food-and-farming-summary-russian>

3. Единая межведомственная информационно - статистическая система (ЕМИСС) URL: <http://www.fedstat.ru/indicators/start.do>

4. Кочнев, А. Из чего состоит стратегия? [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-executive.ru/knowledge/announcement/1478578/>

5. Нестеров, Ф. Как увеличить продажи в малом бизнесе, или Что такое продукт-паровоз и как его найти? [Электронный ресурс] URL: <http://www.e->

xecutive.ru/knowledge/announcement/1840714/

6. Пилипишин, Д. «Живая вода» для «мертвой» стратегии. [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/1692883/>

7. Похлебкин, Д. Стратегия голубого океана: как вывести золотую рынку. [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/1205940/>

8. Стратегия голубого океана. Как создать свободную нишу и перестать бояться конкурентов. /Ким У.Ч., Моборн Р. [Электронный ресурс] URL: http://ccu.marstu.net/club/docs/moscow/mater/strategija_golubogo_okeana.pdf

9. Третьяк, С. Строим стратегическую карту бизнеса. [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/1324521/>

10. Форсайт «Малое и среднее предпринимательство 2020 - 2040». URL: http://opora.ru/upload/forsite_s/Prezentation_Forsite_opora.pdf

11. Стратегия голубого океана. Как создать свободную нишу и перестать бояться конкурентов. /Ким У.Ч., Моборн Р. [Электронный ресурс] URL: http://ccu.marstu.net/club/docs/moscow/mater/strategija_golubogo_okeana.pdf

12. Третьяк, С. Строим стратегическую карту бизнеса. [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/1324521/>
Электронная библиотека учебно-методической литературы Электронно-библиотечная система издательства "Лань"

Электронная библиотечная система "Znaniy.com" Электронная библиотечная система издательства "Юрайт" HYPERLINK "<http://ibooks.ru/>" Электронно-библиотечная система "ibooks.ru" Электронно-библиотечная система "РУКОНТ" Электронно-библиотечная система "БИБЛИОРОССИКА" HYPERLINK "<http://iprbookshop.ru/>" Электронно-библиотечная система "IPRbooks"

г) периодические издания

1. Маркетинг в России и за рубежом
2. Маркетинг розничной торговли
3. Маркетинг и маркетинговые исследования
4. Эксперт
5. Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий
6. АПК: Экономика, Управление
8. Продвижение продовольствия. Prod&Prod

д) информационные справочные системы и профессиональные базы данных:

Для пользования стандартами и нормативными документами рекомендуется применять информационные справочные системы и профессиональные базы данных, доступ к которым организован библиотекой университета через локальную вычислительную сеть.

Для пользования электронными изданиями рекомендуется использовать следующие информационные справочные системы и профессиональные базы данных:

1. Научная библиотека университета <https://www.vavilovsar.ru/biblioteka>

Базы данных содержат сведения о всех видах литературы, поступающей в фонд библиотеки. Более 1400 полнотекстовых документов (учебники, учебные пособия и т.п.) (доступ: с любого компьютера, подключенного к сети Internet).

2. Электронная библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>

Электронная библиотека издательства «Лань» – ресурс, включающий в себя как электронные версии книг издательства «Лань», так и коллекции полнотекстовых файлов других российских издательств (доступ: после регистрации с компьютера университета с любого компьютера, подключенного к сети Internet).

3. ЭБС IPR SMART <http://iprbookshop.ru>

ЭБС обеспечивает возможность работы с постоянно пополняемой базой лицензионных изданий (более 40000) по широкому спектру дисциплин – учебные, научные издания и периодика, представленные более 600 федеральными, региональными и вузовскими издательствами, научно-исследовательскими институтами и ведущими авторскими коллективами (доступ: после регистрации с компьютера университета с любого компьютера, подключенного к сети Internet).

4. ЭБС Znanium <https://znanium.ru>

Фонд ЭБС Znanium постоянно пополняется электронными версиями изданий, публикуемых Научно-издательским центром ИНФРА-М, коллекциями книг и журналов других российских издательств, а также произведениями отдельных авторов (доступ: с любого компьютера, подключенного к сети Internet; свободная регистрация).

5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru>

Российский информационный портал в области науки, медицины, технологии и образования. На платформе аккумулируются полные тексты и рефераты научных статей и публикаций (доступ: с любого компьютера, подключенного к сети Internet; свободная регистрация).

Примерная тематика курсового проекта

- 1 Анализ восприятия бренда на рынке (на примере).
- 2 Анализ и прогноз развития товарного рынка в системе маркетинга компании (на примере).
- 3 Анализ маркетинговых возможностей компании при осуществлении сбытовой политики (на примере).
- 4 Анализ потребительских предпочтений в целях совершенствования маркетинговой политики предприятия (на примере).
- 5 Аналитический подход к разработке стратегий развития торговых марок (на примере).
- 6 Аналитический подход к разработке элементов бренда (на примере).
- 7 Аналитический подход к сегментированию рынка как основа стратегического планирования маркетинга (на примере).
- 8 Интеграция процессов управления маркетинговой деятельностью с помощью маркетинговой информационной системы (на примере).
- 9 Использование методов моделирования и прогнозирования в изучении поведенческих реакций потребителей (на примере).
- 10 Маркетинговое исследование ценовых предпочтений покупателей (на примере).
- 11 Маркетинговые исследования в системе управления ассортиментной политикой предприятия (на примере).
- 12 Маркетинговые исследования как основа разработки программы оценки качества обслуживания клиентов (на примере).
- 13 Маркетинговые исследования как основа разработки стратегического плана маркетинга в компании (на примере).
- 14 Особенности проведения маркетинговых исследований на рынке товаров (услуг) (на примере).
- 15 Применение аналитических инструментов в процессе совершенствования маркетинговой политики (на примере).
- 16 Применение аналитического программного обеспечения для повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия (на примере).
- 17 Применение маркетинговых исследований в целях повышения эффективности (на примере).
- 18 Применение методов анализа ассортимента в целях совершенствования товарной политики предприятия (на примере).
- 19 Конкурентный анализ рынка образовательных услуг в сегменте управленческих специальностей (на примере).
- 20 Аналитический подход к разработке стратегий развития торговых марок (на примере).
- 21 Аналитический подход к разработке элементов бренда (на примере).

- 22 Анализ конкурентной среды на рынке сельскохозяйственной продукции и сырья;
- 23 Анализ конкурентной среды розничного (оптового) торгового предприятия по реализации продуктов питания;
- 24 Анализ и совершенствование товарной стратегии сельскохозяйственного предприятия (организации, фирмы);
- 25 Совершенствование стратегии качества сельскохозяйственного сырья на предприятии (организации, фирмы);
- 26 Анализ и совершенствование ценовой стратегии сельскохозяйственного предприятия (организации, фирмы);
- 27 Анализ и совершенствование сбытовой стратегии предприятия (организации, фирмы) АПК
- 28 Анализ конкурентоспособности брендов на рынке АПК и повышение лояльности к бренду (на российском и зарубежном рынках);
- 29 Анализ и прогнозирование спроса на продукцию АПК
- 30 Анализ и определение конкурентной ситуации и способов повышения конкурентоспособности продукции АПК на примере предприятия;
- 31 Анализ и совершенствование программы стимулирования потребителей на примере предприятия АПК;
- 32 Анализ и исследование цен конкурентов для предприятия (фирмы, организации);
- 33 Анализ рынка ценообразования (на примере отрасли: молочной, пищевой и др.)
- 34 Маркетинговая аналитика рынка продовольственных товаров (на примере конкретного товара);
- 35 Маркетинговая аналитика конкурентных преимуществ предприятия АПК.

Образец титульного листа

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Саратовский государственный университет генетики,
биотехнологии и инженерии имени Н.И. Вавилова»

Институт агробизнеса

Кафедра «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в
АПК»

Курсовой проект на тему

« _____ »
по дисциплине «Стратегический маркетинг в АПК»
Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело»

Выполнил: обучающийся (аяся) _ курса гр. №
ФИО _____,

Проверил: д.э.н., проф. Александрова Л.А.

Саратов 202

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САРАТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГЕНЕТИКИ, БИОТЕХНОЛОГИИ И ИНЖЕНЕРИИ ИМЕНИ
Н.И. ВАВИЛОВА»

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий кафедрой

_____/Ф.И. О./
« ____ » _____ 202__ г.

ЗАДАНИЕ

на курсовой проект по дисциплине «Стратегический маркетинг в АПК»
обучающегося _ курса группы Б-ТД-__ Макарина Дмитрия Ивановича
Тема: Стратегии конкурентной борьбы в растущих отраслях
промышленности России

Перечень подлежащих разработке в курсовом проекте вопросов:

Введение

1. Теоретические основы исследования конкурентных стратегий в растущих
отраслях экономики

1.1 Роль и содержание стратегий конкурентной борьбы в стратегическом
маркетинге

1.2 Характеристика основных видов конкурентных стратегий

1.3 Жизненный цикл конкуренции и требования к стратегии конкурентной
борьбы на стадии роста

2 Опыт использования стратегии конкурентной борьбы в растущих отраслях
промышленности России на примере ООО «Дубки»

2.1 Общая характеристика ООО «Дубки»

2.2 Анализ конкуренции на глобальном рынке мясоперерабатывающей
продукции

2.3 Особенности конкурентной стратегии ООО «Дубки»

3. Совершенствование стратегии конкурентной борьбы на примере ООО
«Дубки»

3.1 Направления совершенствования конкурентной стратегии

3.2 Предложения по совершенствованию стратегии конкурентной борьбы

Заключение

Список использованной литературы

Дата выдачи задания: « ____ » _____ 202__ г.

Срок сдачи курсового проекта: « ____ » _____ 202__ г.

Дата защиты курсового проекта: « ____ » _____ 202__ г.

Руководитель курсового проекта _____ /Александрова Л.А./

Задание принял к исполнению _____ /Макаринский Д.И./

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
1. Этапы написания и представления курсового проекта.....	4
2. Выбор темы курсового проекта.....	5
3. Методические рекомендации по объему, структуре и содержанию курсового.....	5
4. Общие требования к оформлению курсового проекта.....	9
5. Методические рекомендации по защите курсового проекта.....	10
6. Критерии оценки курсового проекта.....	10
7. Список рекомендуемой литературы.....	12
Приложение 1. Примерная тематика курсовых проектов.....	18
Приложение 2. Образец титульного листа.....	20
Приложение 3. Образец задания на курсовой проект.....	21

Составители:
Александрова Людмила Александровна
Голубева Анна Алексеевна

Методические указания по выполнению курсового проекта по дисциплине
«Стратегический маркетинг в АПК» для бакалавров направления подготовки 38.03.06
«Торговое дело»

В авторской редакции

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии
имени Н.И. Вавилова»
410012, г. Саратов, пр-кт им. Петра Столыпина зд. 4, стр. 3