

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович  
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет  
Дата подписания: 14.04.2023 22:16:12  
Уникальный программный ключ:  
528682d78e671e566ab07f01e1ba2172f735a12



**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное**  
**образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Саратовский государственный аграрный**  
**университет**  
**имени Н. И. Вавилова»**

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий кафедрой

/Воротников И.Л./

« 20 » 05 20 21 г.

**УТВЕРЖДАЮ**

И.о.декана факультета

/Дудникова Е.Б./

« 21 » 05 20 21 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Дисциплина	<b>МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ В АПК</b>
Направление подготовки	<b>38.03.06 Торговое дело</b>
Направленность (профиль)	<b>Маркетинг и рыночная аналитика в агропромышленном комплексе</b>
Квалификация выпускника	<b>бакалавр</b>
Нормативный срок обучения	<b>4 года</b>
Форма обучения	<b>Очно-заочная</b>

**Разработчик: доцент, Пшенцова А.И.**

(подпись)

**Саратов 2021**

## 1. Цель освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Международный маркетинг в АПК» является формирование у обучающихся навыков, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности на внешних рынках.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело дисциплина «Международный маркетинг в АПК» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами, практиками: маркетинг, мировая экономика и международные экономические отношения.

Дисциплина «Международный маркетинг в АПК» является базовой для изучения следующих дисциплин: международная торговля.

## 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы достижения компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1	2	3	4	5	6	7
1	ПК-1	Способен анализировать показатели конкурентоспособности предприятий АПК и привлекательность их потенциальных рынков сбыта, количественные и качественные	ПК - 1.7. Анализирует внешнюю и внутреннюю среду организации, выявляет ее ключевые элементы и их влияние на организацию, оценивает	инструментарий международного маркетинга; основные направления и принципы исследования международных рынков; основные источники и методы сбора информации о международных рынках; стратегии, условия и риски	оценивать конкурентоспособность предлагаемого товара; организовать процесс маркетинговых исследований на международных рынках; оценивать возможные риски при выходе на международны	навыками объективной оценки возможностей и организовывать и планировать закупку и продажу товаров в деятельности предприятия АПК; навыками сбора и

	<p><i>требования к производственным ресурсам, оценивать рациональность их использования, моделировать производственно-экономические и бизнес-процессы для оценки эффективности деятельности предприятия АПК</i></p>	<p><i>результаты коммерческой деятельности предприятия во внешнеэкономической сфере; владеет навыками ведения переговоров при заключении внешнеэкономической сделки</i></p>	<p>выхода на международный рынок; стратегии адаптации товара и его продвижения на зарубежном рынке</p>	<p>й рынок; выбирать оптимальную стратегию при выходе на международный рынок; анализировать компоненты маркетинговой среды различных стран и их влияние на потребительское поведение, и покупательский спрос</p>	<p>анализа маркетинговой информации о зарубежных фирмах, мировых и региональных рынках; навыками разработки стратегии предприятия АПК при выходе на международный рынок</p>
--	---	---	--	--	---

#### 4. Объём, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Таблица 2

Объем дисциплины

	Количество часов***										
	Всего	в т.ч. по семестрам									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Контактная работа – всего, в т.ч.	72,2					72,2					
<i>аудиторная работа:</i>	72					72					
лекции	36					36					
лабораторные	-					-					
практические	36					36					
<i>промежуточная аттестация</i>	0,2					0,2					
<i>контроль</i>	17,8					17,8					
Самостоятельная работа	54					54					
Форма итогового контроля	Э					Э					
Курсовой проект (работа)	-					-					

Таблица 3

## Структура и содержание дисциплины «Международный маркетинг в АПК»

№ п/п	Тема занятия. Содержание	Неделя семестра	Контактная работа			Самостоятельная работа	Контроль знаний	
			Вид занятия	Форма проведения	Количество часов		Количество часов	Вид
1	2	3	4	5	6	7	8	9
5 семестр								
1.	<b>Международный маркетинг: общий обзор</b> Международный маркетинг: содержание, понятия и сущность. Внутренний и международный маркетинг: общие черты и отличия.	1	Л	В	2	-	-	-
2.	<b>Международный маркетинг: общий обзор</b> Интернационализация мирового хозяйства и новые приоритеты международного маркетинга	1	ПЗ	Т	2	2	ВК	УО, КР
3.	<b>Международный маркетинг: общий обзор</b> Интернационализация мирового хозяйства и новые приоритеты международного маркетинга	2	Л	В	2	-	ТК	УО
4	<b>Маркетинг в деятельности международных предприятий в АПК</b> Международные предприятия. Организация маркетинговой деятельности в международной фирме. Технология маркетинговой деятельности в международных предприятиях в АПК	2	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО, Т
5.	<b>Среда международного маркетинга в АПК</b> Международная экономическая среда. Социально-культурная среда международного маркетинга.	3	Л	В	2	-	ТК	УО
6	<b>Среда международного маркетинга</b> Международная политико-правовая среда.	3	ПЗ	МК	2	2	ТК	УО, К
7.	<b>Среда международного маркетинга в АПК</b> Международная политико-правовая среда.	4	Л	В	2	-	ТК	УО
8	<b>Маркетинг – микс в окружающей среде международного бизнеса</b> Окружающая маркетинговая среда и ее влияние на маркетинг фирмы. Конкурентоспособность товара и фирмы. Концепция конкурентного преимущества страны на мировом рынке	4	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО, КР
9.	<b>Сегментация мирового рынка</b> Цели и условия эффективной международной сегментации.	5	Л	Т	2	-	ТК	УО
10.	<b>Сущность сегментации международного</b>	5	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО

	<b>агрорынка, методы сегментации, показатели, критерии, признаки сегментации.</b>							
11.	<b>Сегментация мирового рынка</b> Факторы сегментации мирового рынка. Подходы к международной сегментации.	6	Л	Т	2	-	ТК	УО
12.	<b>Информационное обеспечение сегментации международного рынка</b>	6	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО
13.	<b>Международные маркетинговые исследования</b> Особенности и цели международных маркетинговых исследований.	7	Л	В	2	-	ТК	УО
14.	<b>Международные маркетинговые исследования в сети Интернет</b>	7	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
15.	<b>Международные маркетинговые исследования</b> Типология международных исследований рынка. Стадии процесса международного маркетингового исследования.	8	Л	В	2	-	ТК	УО
16.	<b>Международные маркетинговые исследования</b> Использование штриховых товарных кодов в международном маркетинге	8	ПЗ	Т	2	4	РК	УО, Т
17.	<b>Выбор рынка и стратегии выхода на внешний рынок.</b> Подход к выбору зарубежного рынка. Анализ внешних рынков.	9	Л	В	2	-	ТК	УО
18.	<b>Оценка и выбор внешних рынков</b>	9	ПЗ	Т	2	4	ТК, ТР	УО, П
19.	<b>Выбор рынка и стратегии выхода на внешний рынок.</b> Стратегии выхода на зарубежные рынки	10	Л	В	2	-	ТК	УО
20.	<b>Способы присутствия на внешних рынках</b>	10	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО, КР
21.	<b>Товарная политика на мировых рынках</b> Стандартизация международного комплекса маркетинга.	11	Л	В	2	-	ТК	УО
22.	<b>Упаковка, маркировка и торговая марка товаров в международном маркетинге</b>	11	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО, Т
23.	<b>Товарная политика на мировых рынках</b> Международная товарная политика. Международная товарная стратегия	12	Л	В	2	-	ТК	УО
24.	<b>Сервисная политика в международном маркетинге</b>	12	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
25.	<b>Международная политика ценообразования</b> Систематизация видов мировых цен. Принципы определения внешнеторговых цен.	13	Л	В	2	-	ТК	УО
26.	<b>Международные маркетинговые коммуникации</b> Политика рекламы на мировых рынках. Прямые методы международных маркетинговых коммуникаций	13	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
27.	<b>Международная политика ценообразования</b>	14	Л	В	2	-	ТК	УО

	Ценовая стратегия, соответствующая рынку								
28	<b>Международные маркетинговые коммуникации</b> Коммуникативный комплекс по продвижению товара при экспорте	14	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО, КР	
29	<b>Международные каналы распределения продукции</b> Каналы распределения на мировых рынках.	15	Л	Т	2	-	ТК	УО	
30	<b>Стратегия развития экспорта продукции АПК</b>	15	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО	
31	<b>Международные каналы распределения продукции</b> Организация товародвижения компанией, выступающей на внешних рынках	16	Л	Т	2	-	ТК	УО	
32	<b>Практика международного маркетинга в АПК в отдельных странах и регионах мира</b>	16	ПЗ	Т	2	4	ТР	УО, Д	
33	<b>Экспортный потенциал АПК России</b>	17	Л	Т	2	-	ТК	УО	
34	<b>Практика международного маркетинга в АПК в отдельных странах и регионах мира</b>	17	ПЗ	КС	2	2	ТР	УО, Д	
35	<b>Экспортный потенциал АПК России</b>	18	Л	Т	2	-	ТК	УО	
36	<b>Практика международного маркетинга в АПК в отдельных странах и регионах мира</b>	18	ПЗ	Т	2	4	РК	УО	
	Выходной контроль				0,2	17,8	ВыхК	Э	
<b>Итого:</b>					72,2	71,8			

#### **Примечание:**

Условные обозначения:

**Виды аудиторной работы:** Л – лекция, ПЗ – практическое занятие.

**Формы проведения занятий:** В – лекция-визуализация, МК – метод кейса, Т – лекция/занятие, проводимое в традиционной форме.

**Виды контроля:** ВК – входной контроль, ТК – текущий контроль, РК – рубежный контроль, ТР – творческая работа, ВыхК – выходной контроль.

**Форма контроля:** УО – устный опрос, КР – контрольная работа, К – кейс, Т – тестирование, КЛ – конспект лекции, Д - доклад, П – презентация, Э - экзамен

## **5. Образовательные технологии**

Организация занятий по дисциплине «Международный маркетинг в АПК» проводится по видам учебной работы: лекции, практические занятия, текущий контроль.

Реализация компетентного подхода в рамках направления подготовки 38.03.06 Торговое дело предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации. Основные моменты лекционных занятий конспектируются. Отдельные темы

предлагаются для самостоятельного изучения с обязательным составлением конспекта (контролируется).

Целью практических занятий является выработка практических навыков проведения исследования тенденций развития мировой экономики и особенностей изменения форм международных экономических отношений; применение методов анализа основных экономических показателей международной торговли.

Для достижения этих целей используются как традиционные формы работы – решение задач, тестовых заданий и т.п., так и интерактивные методы – решение кейсов.

Решение задач позволяет обучиться формировать у обучающихся определенные виды деятельности, связанные с применением знаний в конкретных ситуациях; систематизировать и закрепить теоретические знания обучающихся; проверить степень усвоения одной темы или вопроса.

В процессе решения задач обучающийся сталкивается с ситуацией вызова и достижения, данный методический прием способствует в определенной мере повышению у обучающихся мотивации как непосредственно к учебе, так и к деятельности вообще.

Метод кейса в наибольшей степени соответствует задачам высшего образования. Этот метод способствует развитию у обучающихся изобретательности, умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации.

Групповая работа при анализе конкретной ситуации развивают способности проведения анализа и диагностики проблем. С помощью метода кейса у обучающихся развиваются такие квалификационные качества, как умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение коммуницировать, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, поступающую в вербальной форме. Практические занятия проводятся в специальных аудиториях, оборудованных необходимыми наглядными материалами.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих решение задач, анализ конкретных ситуаций и подготовку их презентаций, и т.п.

Самостоятельная работа осуществляется в индивидуальном и групповом формате. Самостоятельная работа выполняется обучающимися на основе учебно-методических материалов дисциплины (приложение 2). Самостоятельно изучаемые вопросы курса включаются в вопросы к экзамену.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) основная литература (библиотека СГАУ)**

№	Наименование, ссылка для электронного	Автор(ы)	Место	Используется
---	---------------------------------------	----------	-------	--------------

п/п	доступа или количество экземпляров в библиотеке		издания, издательство, год	при изучении разделов (из п.4, таб.3)
1	2	3	4	5
1	Международный маркетинг URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/450766">https://znanium.com/catalog/product/450766</a>	Моргун в, В. И., Моргун ов С.В.	- 2-е изд. - Москва :Дашков и К, 2017. - 184 с.: ISBN 978-5-394-02720-8.	Все разделы
2	Практикум по международному маркетингу URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1032447">https://znanium.com/catalog/product/1032447</a>	Беленов, О.Н.	3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2017. — 222 с. - ISBN 978-5-9765-0107-2.	Все разделы
3	Международный маркетинг URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1036438">https://znanium.com/catalog/product/1036438</a>	А.К. Кайдашова	2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6	

#### б) дополнительная литература

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или количество экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п.4, таб.3)
1	2	3	4	5
1	Международный маркетинг: URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/235089">https://znanium.com/catalog/product/235089</a>	Н.А. Нагапетьянц, О.Н. Романенкова, Н.Г. Каменева, С.В. Земляк; Под ред. проф. Н.А. Нагапетьянца	Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. - 292 с.	Все разделы
2	Международный маркетинг и бизнес URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/390294">https://znanium.com/catalog/product/390294</a>	Моисеев а, Н. К.	Москва : КУРС: НИЦ Инфра-М,	Все разделы



		2013. - 272 с. ISBN 978-5- 905554-30-8.	
--	--	---	--

**в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

Для освоения дисциплины рекомендуются следующие сайты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Министерство экономического развития Российской Федерации. – Режим доступа: [http:// www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)
2. Официальный сайт Всемирного банка <http://www.worldbank.org>
3. Официальный сайт Международного валютного фонда [http://www.imf.org/external/ index.htm](http://www.imf.org/external/index.htm)
4. Официальный сайт Министерства финансов РФ <http://www.minfin.ru>
5. Официальный сайт Счетной палаты РФ [http:// www.ach.gov.ru](http://www.ach.gov.ru)
6. Официальный сайт Центрального Банка РФ <http://www.cbr.ru>
7. Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

**г) периодические издания**

1. Международная экономика
2. Менеджмент в России и за рубежом
3. Российский экономический журнал
4. Экономист
5. Справочник экономиста

**д) информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

1. Поисковые системы Rambler, Yandex, Google;
2. Электронная библиотека СГАУ - <http://library.sgau.ru>
3. Электронная библиотека Гумер - <http://www.gumer.info>
4. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ) - <http://www.rsl.ru/ru/s2/s101>
5. Публичная Электронная Библиотека - <http://lib.walla.ru>
6. База данных «Статистика стран СНГ». – Режим доступа: [cisstat.com/0base/db-rus.htm](http://cisstat.com/0base/db-rus.htm)

**е) информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса:**

К информационным технологиям, используемым при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, относятся:

– персональные компьютеры, посредством которых осуществляется доступ к информационным ресурсам и оформляются результаты самостоятельной работы;

– проекторы и экраны для демонстрации слайдов мультимедийных лекций;

– активное использование средств коммуникаций (электронная почта, тематические сообщества в социальных сетях и т.п.).

• программное обеспечение:

Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы (расчетная, обучающая, контролирующая, вспомогательная)
1	2	3
Все темы дисциплины	Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов Сублицензионный договор №201201/КЛ/Л/44-208 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем по адресу: г. Саратов, ул. Советская, 60 от 01.12.2020 г.	вспомогательная
Все темы дисциплины	Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов. Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.	вспомогательная

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятий лекционного и семинарского типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации необходимы аудитории с меловыми или маркерными досками, достаточным количеством посадочных мест и освещенностью. Для использования медиаресурсов необходимы проектор, экран, компьютер или ноутбук, по возможности – частичное затемнение дневного света.

Для проведения лекционных, практических занятий и контроля самостоятельной работы по дисциплине «Международный маркетинг в АПК» кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» имеются аудитории № 422, 255, 410.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал библиотеки УК №1) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

## 8. Оценочные материалы

Оценочные материалы, сформированные для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Международный маркетинг в АПК» разработан на основании следующих документов:

- Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);

- приказа Минобрнауки РФ от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Оценочные материалы представлены в приложении 1 к рабочей программе дисциплины и включают в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

## **9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы представлен в приложении 2 к рабочей программе по дисциплине «Международный маркетинг в АПК».

## **10. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины «Международный маркетинг в АПК»**

Методические указания по изучению дисциплины «Международный маркетинг в АПК» включают в себя:

### **1. Краткий курс лекций**

*Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК»  
«20» мая 2021 года (протокол № 10).*

**Лист изменений и дополнений,  
вносимых в рабочую программу дисциплины  
«Международный маркетинг в АПК»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Международный маркетинг в АПК» на 2022/2023 учебный год:

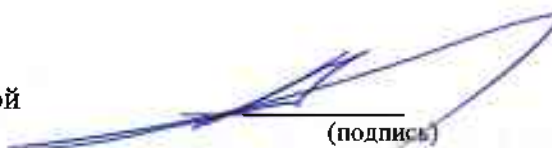
1. В связи с переименованием университета рабочую программу дисциплины «Международный маркетинг в АПК», разработанную и утвержденную в федеральном государственном образовательном учреждении высшего образования «Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова (ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ) считать рабочей программой дисциплины федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии имени Н.И. Вавилова» (ФГБОУ ВО Вавиловский университет) на основании решения Ученого совета университета от 30.08.2022 протокол №1.

2. Обновлены экзаменационные билеты.

3. По теме практического занятия «Международные маркетинговые коммуникации» разработаны тестовые задания, которые будут использованы в процессе обучения.

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Международный маркетинг в АПК» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «31» августа 2022 года (протокол № 1).

Заведующий кафедрой



(подпись)

И.Л. Воротников

**Лист изменений и дополнений,  
вносимых в рабочую программу дисциплины  
«Международный маркетинг в АПК»**

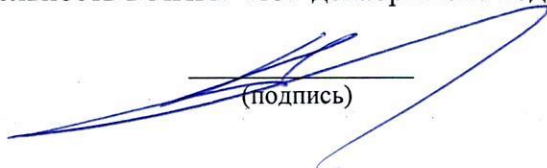
Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины  
«Международный маркетинг в АПК» на 2021/2022 учебный год:

**Сведения об обновлении лицензионного программного обеспечения**

Наименование программы	Примечание
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p><b>Реквизиты подтверждающего документа:</b> Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.</p>	<p>Срок действия контракта истек</p>
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p><b>Реквизиты подтверждающего документа:</b> Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-133/2021/223-1205 от 09.11.2021 г.</p>	<p>Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2022 г.)</p>
<p>Microsoft Office</p> <p><b>Реквизиты подтверждающего документа:</b> Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 201201/КЛ/Л/44-208 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем по адресу: г. Саратов, ул. Советская, 60 от 01.12.2020 г.</p>	<p>Срок действия контракта истекает 31.12.2021 г.</p>
<p>Microsoft Office</p> <p><b>Реквизиты подтверждающего документа:</b> Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № АЭ-030 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем от 15.12.2021 г.</p>	<p>Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2022 г.)</p>

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Международный маркетинг в АПК» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «15» декабря 2021 года (протокол № 5А).

Заведующий кафедрой

  
(подпись)

И.Л. Воротников