

20-5744

ДУБЛЕТ

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РФ

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
СЕВЕРНОГО ЗАУРАЛЬЯ

Г.А. Дорн, О.В. Кирилова

ОСНОВЫ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ АПК

Учебное пособие

20-05745



Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Государственный аграрный университет
Северного Зауралья»

Инженерно-технологический институт

Г.А. Дорн, О.В. Кирилова

ОСНОВЫ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ АПК

Учебное пособие

Тюмень, 2020

УДК 658.8

Д 68

Рецензенты:

С.П. Пирогов, доктор технических наук, профессор
кафедры «Лесное хозяйство, деревообработка и прикладная
механика» ГАУ Северного Зауралья;

Т.Л. Шевелева, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент
кафедры «Технологии продуктов питания» ГАУ Северного Зауралья

Д-68 **Дорн Г.А., Кирилова О.В.** Основы цифровых технологий
реализации продукции АПК : учебное пособие. Тюмень:
ГАУ Северного Зауралья, 2020. 150 с.

ISBN 978-5-98346-084-3

Учебное пособие содержит теоретические и практические основы цифровых технологий реализации продукции АПК.

Данное пособие может формировать группы компетенций по требованиям образовательных стандартов программ бакалавриата и магистратуры направлений подготовки 35.00.00 Сельское, лесное и рыбное хозяйство и 36.00.00 Ветеринария и зоотехния, а также для студентов прочих направлений подготовки специалистов для АПК и широкого круга лиц, заинтересованных в совершенствовании агропромышленного комплекса РФ.

© Дорн Г.А., Кирилова О.В., 2020

© ФГБОУ ВО "Государственный аграрный
университет Северного Зауралья", 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ И МАРКЕТИНГА В АПК	7
1.1 История возникновения, развития и эволюция концепций	7
1.2 Понятие, сущность и основные категории маркетинга	12
1.3 Технологии реализации продукции и маркетинга в АПК, которые определяют переход к цифровой экономике	13
1.4 Цель, задачи, принципы и функции маркетинга	19
Вопросы для самопроверки к теме	22
Контрольные вопросы к теме	22
2 ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	23
2.1 Маркетинговая информационная система	23
2.2 Правила и процедура маркетинговых исследований	29
2.3 Практическое задание по теме «Цифровые технологии маркетинговых исследований»	34
2.4. Пример проведения маркетингового исследования с использованием цифровых технологий	35
Вопросы для самопроверки к теме	40
Контрольные вопросы к теме	40
3 СИСТЕМА РЫНКОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	41
3.1 Понятие, сущность, классификация товарных рынков. Новые рынки цифровой экономики	41
3.2 Оценка конъюнктуры рынка	45
3.3 Цифровые методы сегментирования рынка, моделирование покупательского поведения и позиционирования товара	47
3.4 Практическое задание по теме «Система рынков в цифровой экономике»	53
Вопросы для самопроверки к теме	56
Контрольные вопросы к теме	57

4	ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКЕ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК	58
4.1	Понятие, сущность, классификация товаров и инструменты товарной политики	58
4.2	Ценообразование рыночной деятельности предприятий АПК	65
4.3	Организация товародвижения и цифровая логистика	71
4.4	Особенности цифровой торговли	79
4.5	Практическое задание по теме «Цифровые технологии в товарной политике предприятий АПК»	86
4.6.	Пример разработки товарной политики на предприятии АПК при выведении на рынок нового товара	96
	Вопросы для самопроверки к теме	104
	Контрольные вопросы к теме	105
5	ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ АПК	106
5.1	Сущность, виды рекламы. Основные цифровые средства ее распространения	106
5.2	Основные показатели оценки эффективности цифровых коммуникаций	119
5.3	Цифровые методы стимулирования сбыта	125
5.4	Практическое задание по теме «Цифровые коммуникации при реализации продукции АПК»	132
5.5	Пример разработки бюджета по выведению на рынок нового товара	132
	Вопросы для самопроверки к теме	134
	Контрольные вопросы к теме	134
	ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ ПО ТЕМАМ	135
	СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ	141
	ЛИТЕРАТУРА	148