

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

