

Филиал ФГБОУ ВО «АГУ» в г. Белореченске	Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Адыгейский государственный университет» в г. Белореченске
	Рабочая программа дисциплины (модуля)
	СМК. ОП - 2/РК - 7.3.3

УТВЕРЖДАЮ

Филиал
 Директор филиала ФГБОУ ВО «АГУ»
 в г. Белореченске


 _____ А.К. Тлехатук


 июль 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.В.14 Маркетинг

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль): Управление бизнесом

РП адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Содержание

	стр.
Пояснительная записка	4
1. Цели и задачи дисциплины (модуля)	4
2. Объем дисциплины (модуля) по видам учебной работы	8
3. Содержание дисциплины (модуля)	9
4. Самостоятельная работа обучающихся	10
5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)	11
6. Образовательные технологии	14
7. Методические рекомендации по дисциплине (модулю)	15
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	20
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	21
10. Лист регистрации изменений	23

Пояснительная записка

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Дисциплина «Маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Теория менеджмента», «Экономика организации», «Экономическая теория», «Системный анализ и управление», «Ознакомительная практика».

Трудоемкость дисциплины: 7 з.е./252 ч.;

контактная работа: 93,55 часа

занятия лекционного типа – 44 ч.,

занятия семинарского типа (практ. занятия, лаб. раб.) – 46 ч.,

КПР – 3 ч.,

иная контактная работа – 0,55 ч.,

СР – 113,75 ч.,

Контроль – 44,7 ч.

Ключевые слова: маркетинг, сущность, содержание и инструментарий маркетинга; современные концепции маркетинга; стратегии маркетинга; планирование в системе маркетинга; комплекс маркетинга; исследование рынка; сегментация рынка; конъюнктура рынка; ценовая политика и ценообразование; система товародвижения в маркетинге; стимулирование сбыта; реклама; контроль в системе маркетинга; маркетинговые исследования и инструменты международного маркетинга, продвижение в маркетинге, товарная политика.

1. Цели и задачи дисциплины (модуля).

Целью дисциплины «Маркетинг» является овладение совокупностью знаний, формирование умений и навыков использования в практической деятельности организаций информации, полученной в результате маркетинговых действий, необходимых для изучения рынков, прогнозирование и формирование спроса, участия в разработке маркетинговой стратегии организаций, планирования и осуществления мероприятий, направленных на ее реализацию.

Изучение дисциплины «Маркетинг» способствует решению следующих задач профессиональной деятельности:

Изучение дисциплины «Маркетинг» способствует решению следующих задач профессиональной деятельности:

- усвоение основных понятий в области маркетинга;
- развитие навыков, необходимых для выявления, формирования и удовлетворение потребностей;
- формирование навыков, необходимых для организации проведения маркетинговых исследований: сбора, хранения, обработки, анализа и оценка маркетинговой информации;
- формирование навыков, необходимых для разработки комплекса маркетинга и применения его инструментов, в т.ч. интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- приобретение умений и формирование навыков, необходимых для анализа и оценки маркетинговой деятельности по разработке стратегии и тактики маркетинга организации.

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
<p>ПК-6 Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений</p>	<p>ПК-6.1 Применяет современные методики управления маркетингом; ПК-6.2 Использует лучшие практики при планировании и проведении маркетинговых исследований; ПК-6.3 Демонстрирует навыки в получении маркетинговой информации с целью оценки конъюнктуры товарного рынка и ее использовании для принятия управленческих решений;</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -современные методики маркетинга -современные модели развития и управления брендом компании -современные техники и методы продаж -основы экономики и финансов (для управления ценой и бюджетом) -основы социологии и психологии (для понимания потребителя) -современные направления дизайна (для понимания эстетики) - основные методы маркетинговых исследований; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать динамику продаж и управлять прогнозом продаж -управлять рекламным бюджетом и рассчитывать эффективность вложений -сравнивать несколько вариантов решений и выбирать лучший вариант -устанавливать приоритеты для проектов - искать причинно-следственную связь в поведении клиентов <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками принятия оптимальных плановых решений; - инструментарием и процедурами планирования продукта и умением использовать его в практической деятельности; - способностью анализа информационного материала, принятия оптимальных

		решений и предвидения последствий их реализации;
ПК-7 Способен разрабатывать рекомендации по совершенствованию элементов комплекса маркетинга: товарной политики, ценовой политики, систем сбыта и продаж, системы продвижения товаров и услуг компании	<p>ПК-7.1 Демонстрирует навыки определения конкурентоспособного ассортимента товаров и услуг компании;</p> <p>ПК-7.2 Демонстрирует навыки в управлении ценой и бюджетом организации, применяет современные подходы при разработке эффективной политики ценообразования;</p> <p>ПК-7.3 Применяет современные подходы при разработке эффективной сбытовой политики компании;</p> <p>ПК-7.4 Разрабатывает рекомендации по совершенствованию техники и методов продаж;</p> <p>ПК-7.5 Обосновывает выбор эффективных средств продвижения товаров в комплексе маркетинговых коммуникаций;</p> <p>ПК-7.6 Применяет современные модели развития и управления брендом предприятия.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и инструменты стратегического анализа; - существующие маркетинговые стратегии, их принципиальные отличия и условия применения; - методы внутреннего маркетингового аудита компании; - основы продуктового анализа и ценообразования; - методы конкурентного анализа; - способы создания потребительской ценности и разработки новых продуктов; - существующие каналы распределения и ключевые их особенности; - современные инструменты продвижения, особенности и эффективность существующих медиа-каналов; - основы когнитивной, социальной и экономической психологии; - методологию построения стратегии позиционирования; - принципы сегментирования и определения целевой аудитории; - методы планирования и бюджетирования; - математические и статистические методы обработки данных; - основы проектного управления. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать, чтобы лучше понимать рынок, на котором работает компания; действия конкурентов; целевую

		<p>аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке; результаты продвижения и продаж;</p> <ul style="list-style-type: none"> - критически мыслить для корректной интерпретации и формулирования обоснованных выводов, чтобы на их основе принимать правильные решения; - планировать маркетинговую деятельность и проводить декомпозицию планов на отдельные проекты и конкретные действия; - презентовать планы и результаты работы, аргументировать и защищать предлагаемые решения в области маркетинга; - создавать различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - широким набором офисных компьютерных программ, а также приложениями и интернет сервисами маркетингового назначения; - системным подходом к анализу сложных объектов, процессов и явлений в рыночной сфере в рамках маркетинга организации; - современными методиками анализа и оценки эффективности проектов, а также маркетинга организации.
--	--	--

2. Объем дисциплины (модуля) по видам учебной работы.

Таблица 2. Объем дисциплины (модуля) общая трудоемкость: __7__ з.е. / _252_ ч.
Форма обучения очная

Виды учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		IV	V
Общая трудоемкость дисциплины	252	108	144
Контактная работа:	93,55	40,25	53,3
занятия лекционного типа	44	26	18
занятия семинарского типа (практические, лаб. занятия)	46	14	32
КПР	3		3
иная контактная работа	0,55	0,25	0,3
контроль	44,7		44,7
Самостоятельная работа (СР)	113,75	67,75	46
Вид промежуточного контроля (зачет, экзамен, диф. зачет)	Зачет, экзамен	зачет	экзамен

Форма обучения очно-заочная

Виды учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		IV	V
Общая трудоемкость дисциплины	252	108	144
Контактная работа:	93,55	26,25	33,3
занятия лекционного типа	44	14	14
занятия семинарского типа (практические, лаб. занятия)	46	12	16
КПР	3		3
иная контактная работа	0,55	0,25	0,3
контроль	44,7		35,7
Самостоятельная работа (СР)	113,75	81,75	75
Вид промежуточного контроля (зачет, экзамен, диф. зачет)	Зачет, экзамен	зачет	экзамен

3. Содержание дисциплины (модуля).

Таблица 3.1. Распределение часов по темам и видам учебной работы
Форма обучения очная
Семестр __4__

Номер раздела	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Объем в часах					
		Всего	Л	ПЗ	С	ИКР	СР и иная работа
1.	Тема 1. Понятие и сущность маркетинга	26	6	4			16
2.	Тема 2. Маркетинговые исследования	27	7	4			16
3.	Тема 3. Товар в маркетинге	26	7	3			16
4.	Тема 4. Ценообразование в маркетинге	28,75	6	3			19,75
Итого:		108	26	14		0,25	67,75

Семестр __5__

Номер раздела	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Объем в часах						
		Всего	Л	ПЗ	Лаб	КПР	ИКР	СР и иная работа
1.	Тема 5. Система товародвижения в маркетинге	36	4	4	4			24
2.	Тема 6. Маркетинговые коммуникации	38	6	4	4			24
3.	Тема 7. Управление маркетингом	36	6	4	4			22
4.	Тема 8. Область применения маркетинга	30,7	2	4	4			20,7
Итого:		144	18	16	16	3	0,3	90,7

Таблица 3.2. Распределение часов по темам и видам учебной работы
Форма обучения очно-заочная
Семестр __4__

Номер раздела	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Объем в часах					
		Всего	Л	ПЗ	С	ИКР	СР и иная работа
1.	Тема 1. Понятие и сущность маркетинга	17	4	3			20
2.	Тема 2. Маркетинговые исследования	20	4	3			20
3.	Тема 3. Товар в маркетинге	17	3	3			20

4.	Тема 4. Ценообразование в маркетинге	16,75	3	3			21,75
Итого:		108	14	12		0,25	81,75

Семестр __5__

Номер раздела	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Объем в часах						
		Всего	Л	ПЗ	Лаб	КПР	ИКР	СР и иная работа
1.	Тема 5. Система товародвижения в маркетинге	42	4	4				34
2.	Тема 6. Маркетинговые коммуникации	42	4	4				34
3.	Тема 7. Управление маркетингом	30	4	4				22
4.	Тема 8. Область применения маркетинга	26,7	2	4				20,7
Итого:		144	14	16		3	0,3	110,7

4. Самостоятельная работа обучающихся.

Цели самостоятельной работы – освоить те разделы дисциплины, которые не были затронуты в процессе аудиторных занятий, но предусмотрены рабочей программой, а также расширить границы получаемых знаний, умений и навыков (владений) в процессе дополнительного изучения отдельных тем, решении практических задач, исследования отдельных вопросов дисциплины с помощью учебно-методической литературы; подготовиться к занятиям лекционного и семинарского типа.

Виды самостоятельной работы:

- выполнение домашних заданий;
- подготовка рефератов;
- изучение отдельных тем, вопросов, их конспектирование;
- подготовка докладов по отдельным вопросам тем;
- подготовка презентаций по отдельным вопросам тем;
- выполнение домашних контрольных заданий;
- подготовка к занятиям лекционного и семинарского типа;
- подготовка к текущим контрольным мероприятиям;
- другие виды самостоятельной работы студентов.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

№, п/п	Вид самостоятельной работы	Разделы рабочей программы	Форма отчетности
1	Изучение теоретического материала по конспектам лекций; конспектирование вопросов, оговоренных на лекции, по учебной литературе.	Тема 1	Составление доклада и словаря терминов

2	Подготовка мультимедийной презентации по вопросам темы.	Тема 2	Подготовка презентации
3	Выполнение домашних заданий и подготовка к практическим занятиям.	Тема 3	Конспект лекции, разработка тестовых заданий по лекции.
4	Подготовка сообщений, выступлений.	Тема 4	Доклад с презентацией
5	Изучение теоретического материала по конспектам лекций; конспектирование вопросов, оговоренных на лекции, по учебной литературе.	Тема 5	Составление доклада и словаря терминов
6	Подготовка мультимедийной презентации по вопросам темы.	Тема 6	Подготовка презентации
7	Подготовка мультимедийной презентации по вопросам темы.	Тема 7	Доклад с презентацией
8	Подготовка сообщений, выступлений.	Тема 8	Подготовка презентации

4.1. Типы семестровых заданий:

1. Подготовка отдельных докладов по темам занятий.
2. Поиск учебных видеофильмов, роликов для дальнейшей демонстрации на занятии.
3. Подготовка мультимедийной презентации.
4. Составление тестов.
5. Решение тестов.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).

Таблица 5.1. Основная литература

№ п/п	Наименование, библиографическое описание
1	Нуралиев, С.У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 362 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573174 (дата обращения: 01.05.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02115-2. – Текст : электронный.
2	Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 550 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172 (дата обращения: 01.05.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03478-7. – Текст : электронный.
3	Калужский, М.Л. Маркетинг : учебник : [16+] / М.Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991 (дата обращения: 01.05.2021). – ISBN 978-5-4499-1657-0. – DOI 10.23681/598991. – Текст : электронный.

4	Татарников, Е.А. Маркетинг: шпаргалка : [16+] / Е.А. Татарников ; Научная книга. – 2-е изд. – Саратов : Научная книга, 2020. – 48 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578527 (дата обращения: 01.05.2021). – ISBN 978-5-9758-1964-2. – Текст : электронный.
5	Чернопятов, А.М. Маркетинг : учебник : [16+] / А.М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 439 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259 (дата обращения: 01.05.2021). – Библиогр.: с. 411-414. – ISBN 978-5-4499-0100-2. – DOI 10.23681/564259. – Текст : электронный.
6	Рубцова, Н.В. Анализ рыночных возможностей : учебное пособие : [16+] / Н.В. Рубцова. – Иркутск : Байкальский государственный университет, 2021. – 118 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611358 (дата обращения: 01.05.2021). – Библиогр.: с. 115-117. – Текст : электронный.

Таблица 5.2. Дополнительная литература

1.	Герасимова, О.О. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие : [16+] / О.О. Герасимова. – Минск : РИПО, 2019. – 270 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599913 (дата обращения: 30.04.2021). – Библиогр.: с. 253-256. – ISBN 978-985-503-905-2. – Текст : электронный.
2.	Реброва, Н.П. Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты : [16+] / Н.П. Реброва, Е.А. Лунева. – Москва : Прометей, 2020. – 159 с. : схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089 (дата обращения: 01.05.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-907244-41-2. – Текст : электронный.
3.	Сбоева, И.А. Стратегический маркетинг инновационного продукта : учебное пособие / И.А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 204 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560559 (дата обращения: 01.05.2021). – Библиогр.: с. 174-175. – ISBN 978-5-8158-2072-2. – Текст : электронный.
4.	Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А.Н. Фомичев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 468 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496068 (дата обращения: 01.05.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01974-6. – Текст : электронный
5.	Чернопятов, А.М. Бенчмаркинг : учебное пособие : [16+] / А.М. Чернопятов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 154 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496622 (дата обращения: 01.05.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-2760-0. – DOI 10.23681/496622. – Текст : электронный.

Таблица 5.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Название (адрес) ресурса
1.	Электронная библиотека онлайн http://www.biblioclub.ru/
2.	Научная библиотека АГУ agulib.adygnet.ru
3.	Научная электронная библиотека elibrary.ru
4.	Библиотека экономической и управленческой литературы eur.ru
5.	Объединение интернет-порталов АКДИ и «Экономика и жизнь» akdi.ru
6.	ЭБС «Лань» www.e.lanbook.com Российский разработчик и поставщик современных образовательных IT-решений, флагманский продукт «Лани» – собственная электронно-библиотечная система (ЭБС), предоставляющая образовательным организациям доступ к электронным версиям книг ведущих издательств учебной, научной, профессиональной литературы и периодики по различным направлениям подготовки. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.
7.	ФГБУ «Российская государственная библиотека» http://dvs.rsl.ru Состав пополняется объемом диссертаций по всем специальностям (кроме медицины и фармации), что составляет около 30000 диссертаций в год. Доступ к полным текстам диссертаций только в отделе электронных публикаций НБ АГУ. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

Таблица 5.4. Периодические издания

№ п/п	Наименование
1.	Business Excellence / гл. ред. Т. Киселева ; учред. и изд. РИА «Стандарты и качество» ; учред. Н. Томпсон. – Москва : РИА «Стандарты и качество», 2021. – № 1. – 108 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=607776 . – ISSN 1813-9485. – Текст : электронный
2.	Экономический анализ : теория и практика / гл. ред. Н.П. Любушин ; учред. и изд. ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ». – Москва : Финансы и кредит, 2021. – Том 20, выпуск 3. – 198 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613523 . – ISSN 2073-039X (Print). – ISSN 2311-8725 (Online). – Текст : электронный.
3.	Региональная экономика : теория и практика / гл. ред. Н.Э. Бабичева ; учред. и изд. ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ». – Москва : Финансы и кредит, 2021. – Том 19, выпуск 3. – 202 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613537 . – ISSN 2073-1477 (Print). – ISSN 2311-8733 (Online). – Текст : электронный.
4.	Российский экономический журнал / изд. Академия менеджмента и бизнес-администрирования ; гл. ред. А.Ю. Мелентьев ; учред. ЗАО "ЭЖ МЕДИА". – Москва : Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2021. – № 1. – 128 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613847 . – ISSN 0130-9757. – Текст : электронный.

5.5. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" - <http://window.edu.ru/>

Официальный сайт науки и высшего образования РФ <https://minobrnauki.gov.ru/>

Справочная правовая система «Консультант плюс» www.consultant.ru

Справочная правовая система «Гарант» www.garant.ru

[AUP.Ru: информационно-методический интернет-ресурс по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии](#)

[Economicus.Ru : портал по экономическим дисциплинам](#)

[Энциклопедия маркетинга : статьи, книги](#)

[РосБизнесКонсалтинг \(РБК\)](#)

[Корпоративный менеджмент : аналитические статьи, книги и курсы лекций, бизнес-планы реальных предприятий](#)

[Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал](#)

[Финансы.гу: экономические новости, актуальные публикации по экономике и финансам, методические пособия, лекции, тщательно отобранные рефераты, конспекты, переводы, тексты книг дипломы и диссертации](#)

6. Образовательные технологии

Таблица 6. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Тема 1. Понятие и сущность маркетинга	Лекция 1,2,3 Семинар 1,2 Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием презентационных материалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Тестирование Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2	Тема 2. Маркетинговые исследования	Лекция 4,5,6,7 Семинар 2,3 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Тестирование Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3	Тема 3. Товар в маркетинге	Лекция 7,8,9,10 Семинар 4,5 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Тестирование Решение задач Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

4	Тема 4. Ценообразование маркетинге	в Лекция 11,12,13 Семинар 5,6 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Тестирование Решение задач Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5	Тема 5. Система товародвижения маркетинге	в Лекция 14,15 Семинар 7,8,9,10 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Тестирование Решение задач Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
6	Тема 6. Маркетинговые коммуникации	Лекция 16,17,18 Семинар 11,12,13,14 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Тестирование Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
7	Тема 7. Управление маркетингом	Лекция 19,20,21 Семинар 15,16,17,18 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Тестирование Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
8	Тема 8. Область применения маркетинга	Лекция 22 Семинар 19,20,21,22 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Тестирование Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

7. Методические рекомендации по дисциплине (модулю).

Методические рекомендации преподавателю

Изучив содержание учебной дисциплины, целесообразно разработать матрицу наиболее предпочтительных методов обучения и форм самостоятельной работы студентов, адекватных видам лекционных и семинарских занятий.

Необходимо предусмотреть развитие форм самостоятельной работы, выводя студентов к завершению изучения учебной дисциплины на её высший уровень. По учебному плану предусмотрено проведение разного типа занятий.

Узоровская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у студентов ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности студентов;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью студентов.

Преподаватель, читающий лекционные курсы в вузе, должен знать существующие в педагогической науке и используемые на практике варианты лекций, их дидактические и воспитывающие возможности, а также их методическое место в структуре процесса обучения.

Лекции читаются с использованием наглядных пособий и электронных презентаций, с применением современных методов обучения, стимулирующих познавательную активность. В начале каждого практического занятия преподаватель организует повторение изученного на лекции материала по контрольным вопросам к данному практическому занятию, вспоминает со студентами понятийный аппарат. При возникновении затруднений у студентов при решении задач преподаватель подробно разбирает каждый шаг решения с обязательным вовлечением студентов группы в процесс обсуждения алгоритма решения задачи.

В условиях преобладающего теоретического обучения обязательным условием для формирования умений и навыков является усвоение теоретического материала, поэтому вопросы контроля должны проверять тот теоретический материал, содержание которого представлено в конспекте лекции и указанной литературе. Перечень рассматриваемых вопросов по теме преподаватель формирует во время чтения лекции.

По уровню сложности предусматриваются самые различные вопросы, предполагающие воспроизведение и закрепление теоретического материала, проверку его осмысления, вопросы на обобщение, анализ и синтез и др. Обязательно предусматриваются контрольные вопросы на проверку усвоения определений ключевых понятий, знание фактов, теорий, концепций, то есть всего того, что определяет основное содержание темы.

Вопросы и задания для контроля должны позволить студентам самостоятельно определить уровень усвоения учебного материала по теме, представленного в лекции, на практическом занятии.

Семинар проводится по узловым и наиболее сложным вопросам (темам, разделам) учебной программы. Он может быть построен как на материале одной лекции, так и на

содержании обзорной лекции, а также по определённой теме без чтения предварительной лекции. Главная и определяющая особенность любого семинара – наличие элементов дискуссии, проблемности, диалога между преподавателем и студентами и самими студентами.

При подготовке классического семинара желательно придерживаться следующего алгоритма:

а) разработка учебно-методического материала:

- формулировка темы, соответствующей программе;
- определение дидактических, воспитывающих и формирующих целей занятия;
- выбор методов, приемов и средств обучения для проведения семинара;
- подбор литературы для преподавателя и студентов;
- при необходимости проведение консультаций для студентов;

б) подготовка студентов и преподавателя:

- составление плана семинара из 3-4 вопросов;
- предоставление студентам 4-5 дней для подготовки к семинару;
- предоставление рекомендаций о последовательности изучения литературы (учебники, учебные пособия, законы и постановления, руководства и положения, конспекты лекций, статьи, справочники, информационные сборники и бюллетени, статистические данные и др.);
- создание набора наглядных пособий.

Подводя итоги семинара, можно использовать следующие критерии (показатели) оценки ответов:

- полнота и конкретность ответа;
- последовательность и логика изложения;
- связь теоретических положений с практикой;
- обоснованность и доказательность излагаемых положений;
- наличие качественных и количественных показателей;
- наличие иллюстраций к ответам в виде исторических фактов, примеров и пр.;
- уровень культуры речи;
- использование наглядных пособий и т.п.

В конце семинара рекомендуется дать оценку всего семинарского занятия, обратив особое внимание на следующие аспекты:

- качество подготовки;
- степень усвоения знаний;
- активность;
- положительные стороны в работе студентов;
- ценные и конструктивные предложения;
- недостатки в работе студентов;
- задачи и пути устранения недостатков.

При проведении аттестации студентов важно всегда помнить, что систематичность, объективность, аргументированность – главные принципы, на которых основаны контроль и оценка знаний студентов. Знание критериев оценки знаний обязательно для преподавателя и студента.

Методические указания студентам по дисциплине

Профессиональная подготовка в современных вузах строится по принципу «от теории к практике», что создает базу для формирования умений и владений (навыков) на основе усвоения теоретического материала. Именно поэтому следует особое внимание уделять качеству усвоения теоретического материала.

Изучение дисциплины предусматривает лекционные и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается промежуточной аттестацией. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации для практического занятия и указания для выполнения самостоятельной работы.

В ходе лекционных занятий обучающемуся необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание изучаемой дисциплины, научные выводы и практические рекомендации.

Материал каждой лекции должен быть проработан: должны быть выделены определения, понятия, законы, теоремы и их доказательства (при наличии). Должна быть усвоена логическая связь элементов изученного материала.

При параллельной работе с учебной литературой необходимо конспектировать прорабатываемый материал. Все непонятные моменты следует обязательно разобрать с преподавателем на занятии или в рамках СР.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Практическое занятие – форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний,

умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, методические указания к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др.; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем.

Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Подготовка к промежуточной аттестации ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

Лекционные занятия проводятся в аудиториях, предоставляемых деканатом факультета в соответствии с расписанием.

На отдельных занятиях необходимы видеопроектор с экраном (или компьютерный класс).

Таблица 9.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины и оснащенность
1.	Занятия лекционного типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Office): Ауд. 614, 705, 802, 701.
2.	Занятия семинарского типа (семинары)	Компьютерные классы: 808,811, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»; Аудитории для проведения занятий семинарского типа: Ауд: 702,707,709,710,801,804,805,806,807,809,810
3.	Групповые и индивидуальные консультации	Кафедра экономики и управления – Ауд. 704, 806, 807.
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office).
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета: Ауд. 901, 808, 811.

Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Список используемого свободного ПО

№	Наименование ПО	Назначение
1	Apache OpenOffice	пакет офисных приложений
2	LibreOffice	пакет офисных приложений

Список используемого коммерческого ПО

№	Наименование ПО	Наименование документа
1	Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN...	Microsoft Open License
2	Microsoft Office 2010 Russian Academic OPEN...	Microsoft Open License
3	Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic OPEN...	Microsoft Open License
4	Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN...	Microsoft Open License

