

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Сочинский государственный университет»

СОГЛАСОВАНО

Декан ФЭиП


Петрова С.В.
« 04 » 03 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по ОД


Иваненко А.В.
« 03 » 04 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинг»

Шифр и направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Профиль подготовки бакалавра Управление персоналом

Форма обучения очная

Выпускающая кафедра Инновационных технологий в экономике и управлении

Кафедра-разработчик рабочей программы Инновационных технологий в экономике и управлении

Год набора - 2024

Семестр	Трудоемкость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
2	108/3	18	18	-	72	-	Зачёт
Итого:	108/3	18	18	-	72	-	Зачет

Сочи 202_ г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины «Маркетинг»

Рабочую программу составил Гордеева Е.В., к.э.н., доцент



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Заведующий кафедрой

Гордеева
подпись

Борисова И.Т.
ФИО

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду СГУ:

Директор НОБ Генерал-Гордеева Е.В.
подпись

Онищенко Е.В.
ФИО

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям

Отдел качества образования и методического обеспечения

Васильченко
подпись

Васильченко В.В.
ФИО

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 20__ г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

(Указывается в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 20__ г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Маркетинг» является получение представления о маркетинге как о философии бизнеса и как о действенном процессе его применении в профессиональной деятельности. Формирование у студентов специальных знаний и навыков применения концептуальных основ и технологий маркетинговых приемов в рыночной деятельности. Ориентировать на эффективное использование потенциальных возможностей и ресурсов предприятия для удовлетворения требований рынка и получения прибыли.

Задачи дисциплины: «Маркетинг»

- дать будущему бакалавру представление об особенностях управления маркетингом на микроуровне экономики;
- знание основных понятий, принципов и концепций современного маркетинга, методов работы с маркетинговой информацией, методологии формирования комплекса маркетинга на товарных рынках и рынках услуг, основ управления маркетинговой деятельностью организации,
- умение работать с маркетинговой информацией, осуществлять планирование и реализацию продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникационной стратегий;
- владение анализом маркетинговых проблем и обоснованием рекомендаций по их решению.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Маркетинг» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Основы проектной деятельности Математика Информатика Линейная алгебра Теория вероятностей и математическая статистика Методы оптимальных решений Эконометрика
ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Менеджмент Финансы, деньги и кредит Финансовый менеджмент

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине(показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
Универсальные компетенции		
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач	Знать: принципы сбора, отбора и обобщения маркетинговой информации, методологии системного подхода для решения маркетинговых задач Уметь: диагностировать рыночную ситуацию на основе системного подхода Владеть: методами сбора, отбора и обобщения маркетинговой информации, методологии системного подхода для решения маркетинговых задач
	УК-1.2 Анализирует и систематизирует разнородные данные, осуществляет процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности	Знать: признаки рыночных проблем и принятия маркетинговых решений в профессиональной деятельности Уметь: осуществлять процедуры анализа рыночных проблем и принятия маркетинговых решений в профессиональной деятельности Владеть: навыками систематизации разнородных рыночных данных и принятия маркетинговых решений в профессиональной деятельности
	УК-1.3 Применяет навыки научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятия решений	Знать: типы маркетинговых стратегий в зависимости от рыночных ситуаций Уметь: выработать маркетинговую стратегию действий на основе рыночных ситуаций Владеть: методами стратегического маркетингового планирования
Общепрофессиональные компетенции		
ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1 Демонстрирует знания методов экономического и финансового анализа, планирования и прогнозирования для обоснованных организационно-управленческих решений;	Знать: методы экономического и финансового анализа, планирования и прогнозирования маркетинговой деятельности для принятия обоснованных организационно-управленческих решений Уметь: осуществлять экономический и финансовый анализ, планирование и прогнозирование маркетинговой деятельности для принятия обоснованных организационно-управленческих решений Владеть: методами экономического и финансового анализа, планирования и прогнозирования маркетинговой деятельности для принятия обоснованных организационно-управленческих решений

	ОПК-4.2 Использует методы экономического и финансового анализа, планирования и прогнозирования для обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	Знать: методы экономического и финансового анализа, планирования и прогнозирования маркетинговой деятельности для принятия обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности Уметь: использовать экономический и финансовый анализ, планирование и прогнозирование маркетинговой деятельности для принятия обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности Владеть: навыками использования методов экономического и финансового анализа, планирования и прогнозирования маркетинговой деятельности для принятия обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности
	ОПК-4.3 Владеет навыками оценки и принятия эффективных организационно-управленческих решений	Знать: методику оценки маркетинговой деятельности и принятия эффективных организационно-управленческих решений Уметь: оценивать и применять эффективные организационно-управленческие маркетинговые решения Владеть: навыками оценки маркетинговой деятельности и принятия эффективных организационно-управленческих решений

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часа)

Таблица 3

№	Наименование Тем дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС
1	Социально-экономическая сущность маркетинга	13	2	2	-	9
2	Маркетинговые исследования	13	2	2	-	9
3	Товарная политика в системе комплекса маркетинга	13	2	2	-	9
4	Ценовая политика в системе комплекса маркетинга	13	2	2	-	9
5	Сбытовая политика в системе комплекса маркетинга	13	2	2	-	9
6	Политика продвижения в си-	13	2	2	-	9

	стеме комплекса маркетинга					
7	Политика конкурентоспособности в системе комплекса маркетинга	13	2	2	-	9
8	Позиционирование фирмы на рынке	17	4	4	-	9
	Зачет	-	-	-	-	-
ИТОГО:		108	18	18	-	72

4.1.1. Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Социально-экономическая сущность маркетинга	1.1. Маркетинг. Сущность, условия развития, особенности. 1.2. Функции маркетинга.
2	Маркетинговые исследования	2.1. Структура маркетинговых исследований. 2.2. Анализ (спроса, предложения, перспектив развития рынка), сегментирование рынка, выбор целевого сегмента
3	Товарная политика в системе комплекса маркетинга	4.1. Разработка ассортиментной политики. Жизненный цикл товара. 4.2. Ассортиментные стратегии
4	Ценовая политика в системе комплекса маркетинга	5.1. Разработка ценовой политики. Ценовые стратегии 5.2. Факторы выбора способа ценообразования
5	Сбытовая политика в системе комплекса маркетинга	5.1. Разработка сбытовой политики. Оптовая и розничная торговля 5.2. Вертикальные маркетинговые системы
6	Политика продвижения в системе комплекса маркетинга	6.1. Разработка политики продвижения. Методы активизации продаж. 6.2. Реклама. Средства рекламы
7	Политика конкурентоспособности в системе комплекса маркетинга	7.1. Разработка стратегии конкурентоспособности. 7.2. Факторы повышения конкурентоспособности
8	Позиционирование фирмы на рынке	8.1. Концепция позиционирования. 8.2. Выбор критериев позиционирования, обеспечение конкурентоспособного положения на рынке

4.1.2. Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Социально-экономическая сущность маркетинга	Опрос по заданию для самостоятельной работы по теме 1; Семинар - круглый стол
2	Маркетинговые исследования	Опрос по заданию для самостоятельной работы по теме 2; Семинар – тренинг
3	Товарная политика в системе комплексамаркетинга	Опрос по заданию для с самостоятельной работы по теме 3 Доклады (сообщения)

4	Ценовая политика в системе комплексмаркетинга	Опрос по заданию для самостоятельной работы по теме 4; Тест 1
5	Сбытовая политика в системе комплекса маркетинга	Опрос по заданию для самостоятельной работы по теме 5; Семинар – диспут
6	Политика продвижения в системе комплекса маркетинга	Опрос по заданию для самостоятельной работы по теме 6; Деловая игра Деловая игра
7	Политика конкурентоспособности в системе комплекса маркетинга	Опрос по заданию для самостоятельной работы по теме 7; Семинар – тренинг; Тест 2
8	Позиционирование фирмы на рынке	Опрос по заданию для самостоятельной работы по теме 8 Практическая работа

4.1.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

4.1.4. Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Социально- экономическая сущность маркетинга	Перечень заданий для самостоятельной работы по теме 1
2	Маркетинговые исследования	Перечень заданий для самостоятельной работы по теме 2
3	Товарная политика в системе комплексмаркетинга	Перечень заданий для самостоятельной работы по теме 3
4	Ценовая политика в системе комплекса маркетинга	Перечень заданий для самостоятельной работы по теме 4
5	Сбытовая политика в системе комплекса маркетинга	Перечень заданий для самостоятельной работы по теме 5
6	Политика продвижения в системе комплекса маркетинга	Перечень заданий для самостоятельной работы по теме 6
7	Политика конкурентоспособности в системе комплекса маркетинга	Перечень заданий для самостоятельной работы по теме 7
8	Позиционирование фирмы на рынке	Перечень заданий для самостоятельной работы по теме 8

4.1.5. Интерактивные формы занятий

Не предусмотрены.

4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1. Литература

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг : Учебное пособие / Л. Е. Басовский ; редактор С. М, Рыловский. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 134 с. + см. в конце учеб. – (Вопрос-ответ). – ISBN 5-16-000595-1. – Текст (визуальный): непосредственный.
2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ,

прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Курс: Инфра-М, 2020. - 392 с. Текст : непосредственный.

3. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю. Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Инфра-М, 2020. — 292 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ISBN 978-5-16-101915-3. Текст : непосредственный.

4. Егорова, М. М. Маркетинг : учебное пособие / М. М. Егорова, Е. Ю. Логинова, И. Г. Швай-ко. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. Текст : непосредственный.

5. Котлер, Ф. Маркетинг : гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 1071 с. : табл., граф., ил, схемы — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL:

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684885> (дата обращения: 21.05.2024). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-238-01263-6. — Текст : электронный.

6. Котлер, Ф. Маркетинг по Котлеру: Как создать, завоевать и удержать рынок : Ф. Котлер. ; пер.с англ. — 2-е изд, исправ. — Москва : Альпина Бизнес Букс, 2005. - 296 с.— ISBN 5-9614-0158-8. —Текст : непосредственный.

4.2.2. Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Студентам обеспечивается доступ к базам данных и библиотечным фондам университета. СГУ обеспечивает оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, а также доступ обучающихся к информационным справочным и поисковым системам.

В частности, обеспечивается доступ к следующим электронно-библиотечным системам и базам данных:

1. Электронная библиотека Сочинского государственного университета: база данных. — Сочи, [2017-]. — URL: <http://lib.sutr.ru/> (дата обращения: 21.05.2024). — Текст: электронный.

2. ScienceDirect: полнотекстовая база данных / издательство Elsevier. — URL: <https://www.sciencedirect.com/> (дата обращения: 21.05.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст: электронный.

3. SpringerNature: полнотекстовая база данных / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. — URL: <https://link.springer.com/> (дата обращения: 21.05.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

4. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». — Саратов, [2010-]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/> (дата обращения: 21.05.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

5. Национальная электронная библиотека (НЭБ): Федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ. — Москва, [2004-]. — Режим доступа: <https://rusneb.ru> (дата обращения: 21.05.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст: электронный.

6. Polpred.com Обзор СМИ: электронно-библиотечная система / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, [1997-]. – URL <https://polpred.com/> (дата обращения: 21.05.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст: электронный.
7. КонсультантПлюс: справочно-правовая система / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, [1997-]. – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст: электронный.
8. КиберЛенинка: научная электронная библиотека открытого доступа / ООО «Итеос». – Электрон. дан. – Москва, [2014-]. – URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 21.05.2024). – Текст: электронный.
9. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека / Компания «Научная электронная библиотека» (eLIBRARY.RU). – Москва, [2000-]. – URL: <https://elibrary.ru/> (дата обращения: 21.05.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст: электронный.

4.3. Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разрабатываются оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине;
- критерии оценивания;
- шкалы оценивания.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ЗАЧЁТА

1. Сущность, функции, содержание и цели маркетинговой деятельности
2. Концепции маркетинга
3. Методика проведения маркетинговых исследований
4. Этапы проведения маркетинговых исследований
5. Маркетинговая среда
6. Классификация рынков
7. Содержание маркетинговых исследований
8. Основные принципы сегментирования рынков
9. Выбор целевого сегмента (Стратегии охвата рынка)
10. Ниша рынка
11. Позиционирование фирмы на потребительском рынке
12. Товарная политика: сущность, задачи
13. Классификационные признаки товарной политики
14. Направления товарной политики (товарные стратегии)
15. Сущность ценовой политики в системе маркетинга
16. Ценовые стратегии
17. Факторы выбора способа ценообразования

18. Политика высоких и низких цен на товар. Рыночные цены. Престижные цены
19. Сущность и цели сбытовой политики
20. Маркетинговые системы: вертикальные, горизонтальные, многоканальные
21. Политика продвижения товара на рынок: сущность, задачи
22. Понятие и сущность рекламы
23. Особенности цвета и шрифта в рекламе
24. Особенности стимулирования сбыта
25. Сущность брендинга
26. Сущность PR-мероприятий
27. Сущность и назначение событийного маркетинга
28. Понятие и сущность мерчандайзинга
29. Интернет-маркетинг
30. Маркетинговые стратегии
31. Организация службы маркетинга на предприятии

Критерии оценивания результатов освоения дисциплины при проведении промежуточной аттестации:

Нормы оценки знаний предполагают учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений, уровня формирования компетенций.

В устных и письменных ответах обучающихся при выполнении практических заданий и расчетов учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи, владение навыками и приемами выполнения практических заданий, подтверждение сделанных при решении практических заданий выводов соответствующими нормативными документами, правильность расчета показателей, полнота и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (зачет)

Оценка «**зачтено**» - ответ на вопрос билета полный и правильный, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Изложение материала при ответах на вопрос построено грамотно, в определенной логической последовательности. Обучающийся показывает владение всеми индикаторами достижения компетенций дисциплины.

Оценка «**не зачтено**» - обучающийся не отвечает на вопросы или допускает грубые, существенные ошибки при ответах, не демонстрирует владения индикаторами достижения компетенций по дисциплине.

5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы

Методические рекомендации студентам по подготовке к промежуточной аттестации. При подготовке к промежуточной аттестации следует руководствоваться вопросами по дисциплине. Студент должен иметь в виду, что некоторые вопросы, имеющиеся в программе и включенные в требования, выносятся на самостоятельное изучение.

Методические рекомендации по подготовке студентов к *практическим занятиям*.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. Изучение дисциплины предполагает в том числе отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к *практическим занятиям* студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в конспект основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников.

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету.

При подготовке к *зачету* следует руководствоваться РПД. Студент должен иметь в виду, что некоторые вопросы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение.

На *зачете* студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу на *зачете* студенту разрешено пользоваться рабочей программой дисциплины. Если студент при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих студентов к полному высказыванию по данной теме в случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается. Высказывания студентов должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

Промежуточная аттестация может быть выставлена студенту по результатам федерального интернет тестирования (ФЭПО, интернет тренажеры).

5.2. Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления с теоретическим и практическим материалом курса дисциплины, а также расчетов по определению физико-механических свойств грунтов;

- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполнения расчетов по определению физико-механических свойств грунтов.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются наличие на факультете специализированной лаборатории для определения расчетных характеристик грунтов, наличие методических указаний для выполнения лабораторных работ, а также наличие помещений для СРС; обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение; наличие раздаточного материала, учебно-методических материалов, рекомендаций по решению типовых задач.

5.3 Особенности преподавания дисциплины

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

– лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

– практическое занятие - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности

Преподавание дисциплины базируется на сочетании классических и инновационных методов обучения и взаимосвязаны с задачей подготовки и воспитания высококвалифицированных кадров.

При проведении аудиторных занятий со студентами используется объяснительно-иллюстрированный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической).

При проведении лекционных занятий используется как классический метод чтения лекционного курса, предполагающий как устное изложение преподавателем учебного материала, который воспринимается студентами на слух и записывается (конспектируется) ими в тетради, или на планшетах, так и инновационные методы чтения лекций, в т.ч. основанные на применении новейших технологий («лекция-диалог», «проблемные лекции»), в итоге которых студенты овладевают знаниями, умениями, навыками предметной деятельности и развивают свои личностные качества, в т.ч. и способности к самообучению.

Независимо от формы обучения основная цель обучения - формирование технического мышления на основе активного получения знаний студентами, как во время учебных занятий, так и в результате самостоятельной работы. Главное - привитие профессионального интереса и формирование навыков профессиональной деятельности.

Обязательным условием освоения студентом учебного материала дисциплины является использование им информационных технологий, т.е. использование им электронных образовательных ресурсов (электронные учебные пособия, размещенные во внутренней и внешней сетях) при подготовке к лекциям и практическим занятиям.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине,

раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

2. Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук), пакеты программного обеспечения (ПО) общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).

3. Лабораторные занятия: компьютерный класс, лаборатория «Механики».

4. Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде, выполнения СРС.

5. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Таблица 6 – Перечень программного обеспечения

№	Перечень ПО
1	Microsoft Windows
2	Microsoft Office

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype) , что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной

информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

**Приложение к рабочей программе дисциплины
«Маркетинг»**

38.03.02 Менеджмент

бакалавр

профиль – Управление персоналом

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Маркетинг»

дисциплина обязательной части

очная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	Получение представления о маркетинге как о философии бизнеса и как о действенном процессе его применении в профессиональной деятельности. Формирование у студентов специальных знаний и навыков применения концептуальных основ и технологий маркетинговых приемов в рыночной деятельности. Ориентировать на эффективное использование потенциальных возможностей и ресурсов предприятия для удовлетворения требований рынка и получения прибыли
Содержание дисциплины	<ol style="list-style-type: none">1. Социально-экономическая сущность маркетинга2. Маркетинговые исследования3. Товарная политика в системе комплекса маркетинга4. Ценовая политика в системе комплекса маркетинга5. Сбытовая политика в системе комплекса маркетинга6. Политика продвижения в системе комплекса маркетинга7. Политика конкурентоспособности в системе комплекса маркетинга8. Позиционирование фирмы на рынке
Формируемые компетенции (коды)	УК-1; ОПК-4
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-1.1 Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач УК-1.2 Анализирует и систематизирует разнородные данные, осуществляет процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности УК-1.3 Применяет навыки научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятия решений ОПК-4.1 Демонстрирует знания методов экономического и финансового анализа, планирования и прогнозирования для обоснования организационно-управленческих решений ОПК-4.2 Использует методы экономического и финансового анализа, планирования и прогнозирования для обоснованных

	<p>организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-4.3</p> <p>Владеет навыками оценки и принятия эффективных организационно-управленческих решений</p>
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	<p>Основы проектной деятельности</p> <p>Математика</p> <p>Информатика</p> <p>Линейная алгебра</p> <p>Теория вероятностей и математическая статистика</p> <p>Методы оптимальных решений</p> <p>Эконометрика</p> <p>Менеджмент</p> <p>Финансы, деньги и кредит</p> <p>Финансовый менеджмент</p>
Образовательные технологии	<p>Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; 3) самостоятельная работа студентов.
Форма промежуточной аттестации	Зачет