

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
А.В. Иваненко
«04» 03 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинг товаров

Шифр и направление подготовки 38.03.07 Товароведение
Квалификация (степень) выпускника бакалавр
Профиль подготовки «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности»
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)
6	108/3	16	32	-	60	-	Зачет
Итого:	108/3	16	32	-	60	-	Зачет

Сочи 2024 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины Маркетинг товаров

Рабочую программу составил (и):

Карамова А.С., к.э.н., доцент кафедры ИТвЭиУ

Карамова А.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:

Заведующий кафедрой

Борисова Т.Г.

подпись

Борисова Т.Г.

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

Директор НОБ

Онищенко Е.В.

подпись

Онищенко Е.В.

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и
методического обеспечения

Вилчуров И.В.

подпись

Вилчуров И.В.

Ф.И.О.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год.
В программу внесены дополнения и (или) изменения:

Заведующий кафедрой

_____ подпись

_____ Ф.И.О.

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год.
В программу внесены дополнения и (или) изменения:

Заведующий кафедрой

_____ подпись

_____ Ф.И.О.

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год.
В программу внесены дополнения и (или) изменения:

Заведующий кафедрой

_____ подпись

_____ Ф.И.О.

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год.
В программу внесены дополнения и (или) изменения:

Заведующий кафедрой

_____ подпись

_____ Ф.И.О.

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год.
В программу внесены дополнения и (или) изменения:

Заведующий кафедрой

_____ подпись

_____ Ф.И.О.

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины заключается в формировании у студентов теоретических знаний и практических навыков, необходимых для эффективного управления товарными потоками и маркетинговыми процессами в сфере таможенной деятельности. В рамках дисциплины изучаются основы маркетинга, методы исследования рынка, стратегическое планирование, разработка и продвижение товаров, а также вопросы ценообразования и логистики. Особое внимание уделяется специфике маркетинга в условиях международной торговли и таможенного регулирования, что позволяет успешно решать задачи по организации товарного движения, экспертизе и оценке товаров в условиях глобального рынка.

Задачи дисциплины:

- Освоение ключевых концепций и инструментов маркетинга, понимание их применения в международной торговле и таможенном регулировании;
- Овладение методами проведения маркетинговых исследований, анализа рыночных тенденций, конкурентной среды и потребительского поведения для принятия обоснованных управленческих решений;
- Формирование навыков стратегического планирования, разработки маркетинговых программ и кампаний, направленных на продвижение товаров на международных рынках;
- Обучение методам оценки качества, стоимости и подлинности товаров в условиях таможенной деятельности, знание стандартов и нормативов, применяемых в международной торговле;
- Изучение принципов и методов управления логистическими процессами, оптимизация цепей поставок, обеспечение эффективного перемещения товаров через таможенные границы с минимальными затратами и рисками.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана.

Таблица 1 – Дисциплины, участвующие в формировании компетенции

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 Физика Прикладная химия Маркетинг товаров Общественный проект "Обучение служением" Мировая экономика и международные экономические отношения Экономический анализ и статистика торговли

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2 – Компетенции и индикаторы их достижения

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: Основные принципы и методы сбора, отбора и обобщения информации, применяемые в маркетинговых исследованиях Уметь: Проводить маркетинговые исследования с использованием различных методов (опросы, интервью, наблюдения, анализ вторичных данных) Владеть: Навыками критической оценки и отбора релевантной информации для решения профессиональных задач в маркетинге товаров
	УК- 1.2. Анализирует и систематизирует разнородные данные, осуществляет процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности	Знать: Основные подходы и техники анализа проблем в маркетинговой и товароведческой деятельности Уметь: Проводить анализ разнородных данных из различных источников и систематизировать их для решения профессиональных задач Владеть: Техниками представления аналитических данных и результатов исследований в удобной для принятия решений форме (отчеты, презентации, визуализации)

	УК- 1.3. Применяет навыки научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятия решений	<p>Знать: Методы и техники научного поиска, включая использование специализированных баз данных и научных библиотек</p> <p>Уметь: Проводить эффективный научный поиск, находить и систематизировать информацию из различных источников для обоснования маркетинговых решений</p> <p>Владеть: Навыками работы с различными источниками информации, включая научные статьи, отчёты, маркетинговые исследования и базы данных</p>
--	---	--

4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

В подпункте 4.1:

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№ темы	Наименование темы дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Контактная работа			СРС
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Тема 1. Введение в маркетинг товаров: концепции и задачи	13	2	4	–	7
2	Тема 2. Методы и инструменты сбора маркетинговой информации	13	2	4	–	7
3	Тема 3. Анализ и интерпретация маркетинговых данных	13	2	4	–	7
4	Тема 4. Системный подход в маркетинге товаров	13	2	4	–	7
5	Тема 5. Разработка и реализация маркетинговых стратегий	14	2	4	–	8
6	Тема 6. Экспертиза и оценка товаров в международной торговле	14	2	4	–	8
7	Тема 7. Принятие решений в маркетинговой деятельности	14	2	4	–	8
8	Тема 8. Логистика и управление товарными потоками	14	2	4	–	8
ИТОГО:		108	16	32	–	60

4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы	Краткое содержание
-------	-------------------	--------------------

	ДИСЦИПЛИНЫ	
1	Тема 1. Введение в маркетинг товаров: концепции и задачи	Основные понятия и цели маркетинга товаров Особенности маркетинга в сфере товароведения и таможенной деятельности Роль маркетинга в международной торговле
2	Тема 2. Методы и инструменты сбора маркетинговой информации	Методы сбора данных: опросы, интервью, наблюдения, эксперименты Источники маркетинговой информации: первичные и вторичные данные Технологии и инструменты для сбора данных
3	Тема 3. Анализ и интерпретация маркетинговых данных	Методы анализа данных: статистический анализ, регрессионный анализ Инструменты для анализа данных: Excel, SPSS, аналитические платформы Интерпретация результатов и выявление ключевых тенденций
4	Тема 4. Системный подход в маркетинге товаров	Принципы системного подхода в маркетинге Взаимосвязь элементов маркетинговой среды Применение системного анализа для решения маркетинговых задач
5	Тема 5. Разработка и реализация маркетинговых стратегий	Этапы разработки маркетинговой стратегии Анализ рынка и конкурентной среды Формирование маркетинговых программ и кампаний
6	Тема 6. Экспертиза и оценка товаров в международной торговле	Методы оценки качества и стоимости товаров Стандарты и нормативные акты в международной торговле Процедуры экспертизы товаров при таможенном оформлении
7	Тема 7. Принятие решений в маркетинговой деятельности	Модели и методы принятия решений Управление рисками и неопределенностью Оценка альтернативных решений и их последствий
8	Тема 8. Логистика и управление товарными потоками	Принципы управления логистическими процессами Оптимизация цепей поставок Особенности международной логистики и таможенного регулирования

4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Тема 1. Введение в маркетинг товаров: концепции и задачи	Творческое задание, ситуационная задача. Доклады с презентациями. Тесты
2	Тема 2. Методы и инструменты сбора маркетинговой информации	Творческое задание, ситуационная задача. Дискуссия. Тесты
3	Тема 3. Анализ и интерпретация маркетинговых данных	Контрольный опрос, доклады с презентациями
4	Тема 4. Системный подход в маркетинге товаров	Ситуационная задача Контрольный опрос
5	Тема 5. Разработка и реализация маркетинговых стратегий	Контрольный опрос, доклады с презентациями Ситуационные задачи
6	Тема 6. Экспертиза и оценка товаров в международной торговле	Творческое задание, ситуационная задача. Доклады с презентациями

7	Тема 7. Принятие решений в маркетинговой деятельности	Контрольный опрос, доклады с презентациями
8	Тема 8. Логистика и управление товарными потоками	Творческое задание, ситуационная задача. Доклады с презентациями. Итоговое тестирование

4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Тема 1. Введение в маркетинг товаров: концепции и задачи	творческие домашние задания, эссе, тестирование
2	Тема 2. Методы и инструменты сбора маркетинговой информации	творческие домашние задания, эссе, тестирование
3	Тема 3. Анализ и интерпретация маркетинговых данных	творческие домашние задания, эссе, тестирование
4	Тема 4. Системный подход в маркетинге товаров	творческие домашние задания, эссе, тестирование
5	Тема 5. Разработка и реализация маркетинговых стратегий	мини-проект, эссе, тестирование
6	Тема 6. Экспертиза и оценка товаров в международной торговле	творческие домашние задания, эссе, тестирование
7	Тема 7. Принятие решений в маркетинговой деятельности	семинар-диспут, эссе, тестирование
8	Тема 8. Логистика и управление товарными потоками	мини-проект, эссе, тестирование

4.1.5 Интерактивные формы занятий не предусмотрены учебным планом.

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Литература

1. Тультаев Т.А. Маркетинг товаров и услуг : учебное пособие / Тультаев Т.А.. — Москва : Евразийский открытый институт, 2011. — 318 с. — ISBN 978-5-374-00537-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/10764.html> (дата обращения: 08.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Чуйкин А.М. Маркетинговые исследования : учебно-методический комплекс по специальности 061500 - Маркетинг / Чуйкин А.М.. — Калининград : Калининградский государственный университет, 2005. — 118 с. — ISBN 5-88874-499-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/23793.html> (дата обращения: 08.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Качественные методы маркетинговых исследований : методические указания для изучения теоретического материала и выполнения практических работ по дисциплинам «Маркетинг» и «Маркетинговые исследования» направления подготовки 100700.62 – Торговое дело (квалификация «бакалавр») / . — Ижевск : Ассоциация по методологическому обеспечению деловой активности и общественного развития «Митра», 2013. — 36 с. — Текст : электронный //

Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/54500.html> (дата обращения: 08.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Управление маркетинговыми коммуникациями : учебно-методическое пособие (для студентов III курса факультета международного бизнеса, обучающихся по направлениям подготовки «Менеджмент», профили «Маркетинг», «Международный менеджмент», «Реклама и связи с общественностью») / . — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 98 с. — ISBN 978-5-7779-1980-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/59666.html> (дата обращения: 08.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Васильев, Г. А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г. А. Васильев, Е. М. Деева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 192 с. — ISBN 978-5-238-01578-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71172.html> (дата обращения: 08.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.2.2 Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Нет.

4.2.3 Нормативные документы (при наличии)

Нет.

4.2.4 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№	Наименование Интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1.	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, 2010 – . – URL: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения: 08.05.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub (дата обращения: 08.05.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F (дата обращения: 08.05.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система : сайт / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, 1997 – . – URL https://polpred.com/ (дата обращения: 08.05.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
5.	eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: https://elibrary.ru/ (дата обращения: 08.05.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4.3 Текущая и промежуточная 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.

Примерные 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.

Примерная 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.

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации:

1. Что изучает дисциплина "Маркетинг товаров"?
2. Какие основные цели маркетинга товаров?
3. Что такое системный подход в маркетинге?
4. Какие методы сбора маркетинговой информации вы знаете?
5. Какова роль первичных данных в маркетинговых исследованиях?
6. Какие источники маркетинговой информации считаются вторичными?
7. Какие инструменты анализа данных используются в маркетинге?
8. В чем заключается процесс интерпретации маркетинговых данных?
9. Какие основные этапы разработки маркетинговой стратегии?
10. Как происходит анализ рынка и конкурентной среды?
11. Какие методы оценки качества товаров используются в международной торговле?
12. Какие стандарты применяются при экспертизе товаров на таможне?
13. Какие методы принятия решений применяются в маркетинговой деятельности?
14. Что такое управление рисками в контексте маркетинга?
15. Какие принципы управления логистическими процессами выделяются?
16. Чем отличается международная логистика от обычной?
17. Какие этапы включает процесс принятия управленческих решений?

18. Какие факторы необходимо учитывать при формировании маркетинговой программы?
19. Как проводится оценка альтернативных решений в маркетинге?
20. Что включает в себя оптимизация цепей поставок?
21. Какие основные функции маркетинга влияют на успех товара на рынке?
22. Чем отличается товароведение от традиционного маркетинга?
23. Какова роль статистического анализа в маркетинговых исследованиях?
24. Какие методы анализа проблем применяются в маркетинге?
25. Какие технологии сбора данных наиболее эффективны в современном маркетинге?
26. Что такое маркетинговые исследования и для чего они необходимы?
27. Какие инструменты используются для визуализации маркетинговых данных?
28. Какие виды экспериментов могут проводиться в маркетинге?
29. Какие нормативные акты регулируют таможенную экспертизу товаров?
30. Как анализируются данные для определения потребностей рынка?
31. Какие принципы применяются при выборе маркетинговой стратегии?
32. Какие этапы включает процесс научного поиска в контексте маркетинга?
33. Как проводится критическая оценка научных источников?
34. Какие особенности касаются маркетинга товаров в разных культурных контекстах?
35. Как происходит взаимодействие маркетинга и логистики в товароведении?
36. Какие критерии используются для выбора методов принятия решений?
37. Каковы особенности маркетинга товаров в цифровую эру?
38. Какие факторы влияют на изменение рыночных стратегий в глобальной экономике?
39. Какие аспекты учитываются при маркетинге товаров, предназначенных для экспорта?
40. Каковы юридические аспекты маркетинга товаров на международных рынках?

5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки. Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов.

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 зачет 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

Обучение в организации высшего образования предполагает наличие большого объёма времени, отведённого для самостоятельной работы обучающихся. Для эффективного освоения дисциплины «Маркетинг товаров» необходимо оптимальным образом организовать это время.

В соответствии с этим, необходимо планировать нагрузку следующим образом: начинать с несложных, интересных заданий, затем переходить к самым сложным, неинтересным, далее постепенно уменьшать сложность заданий. На конец работы желательно оставлять самые лёгкие и в то же время интересные задания.

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины «Маркетинг товаров» состоит в:

- углубленном изучении вопросов теоретической части дисциплины;
- подготовке устному опросу, обсуждениям на практических занятиях;
- выполнению домашних заданий;
- выполнения мини-проекта и доклада с презентацией;
- написания эссе;
- подготовке к экзамену по дисциплине.

В учебном процессе выделено два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине «Маркетинг товаров» выполняется на практических занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы студента выступают: для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы);
- составление плана текста;
- конспектирование текста;
- выписки из текста;

- работа со словарями и справочниками;
- учебно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники и Интернета и др.

для закрепления и систематизации знаний:

- повторная работа над учебным материалом (электронного учебника, первоисточника, дополнительной литературы);

- составление плана и тезисов ответа на вопросы промежуточного контроля;

для формирования умений и навыков:

- решение ситуационных (профессиональных) задач;
- подготовка к тренингу, составление характеристики испытуемого.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов, в зависимости от цели, объёма, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов

Критерии оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента зависят от формы самостоятельной работы и отражаются в ФОС дисциплины.

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.
- Практическая работа - 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.
- Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.
- Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

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. Лекционные занятия:

- комплект электронных презентаций/слайдов;
- презентационная техника кафедры (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

2. Прочее:

- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;

- рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде. Основная форма занятий – лекции и практические занятия. Кроме того, предполагается большая часть самостоятельной работы студентов по освоению теоретического материала. В процессе аудиторных занятий задействуются преимущества новейших мультимедийных технологий (проектор, ноутбук, экран).

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 также 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

38.03.07 «Товароведение»

«Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности»

бакалавр

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Маркетинг товаров

дисциплина обязательной части учебного плана

форма обучения – очная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	Цель дисциплины заключается в формировании у студентов теоретических знаний и практических навыков, необходимых для эффективного управления товарными потоками и маркетинговыми процессами в сфере таможенной деятельности. В рамках дисциплины изучаются основы маркетинга, методы исследования рынка, стратегическое планирование, разработка и продвижение товаров, а также вопросы ценообразования и логистики. Особое внимание уделяется специфике маркетинга в условиях международной торговли и таможенного регулирования, что позволяет успешно решать задачи по организации товарного движения, экспертизе и оценке товаров в условиях глобального рынка.
Содержание дисциплины	Тема 1. Введение в маркетинг товаров: концепции и задачи Тема 2. Методы и инструменты сбора маркетинговой информации Тема 3. Анализ и интерпретация маркетинговых данных Тема 4. Системный подход в маркетинге товаров Тема 5. Разработка и реализация маркетинговых стратегий Тема 6. Экспертиза и оценка товаров в международной торговле Тема 7. Принятие решений в маркетинговой деятельности Тема 8. Логистика и управление товарными потоками
Формируемые компетенции (коды)	УК-1
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
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Основы проектной деятельности Математика Информатика Физика Прикладная химия Маркетинг товаров Общественный проект "Обучение служением" Мировая экономика и международные экономические отношения Экономический анализ и статистика торговли
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента
Форма промежуточной аттестации	Зачет