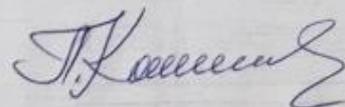
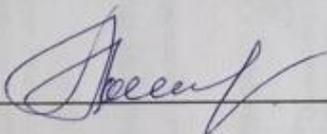


Лист согласования рабочей программы дисциплины «Маркетинг»

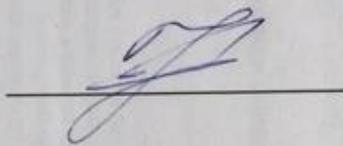
Рабочую программу составила: Каменская Л.А., к.э.н., доцент



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:

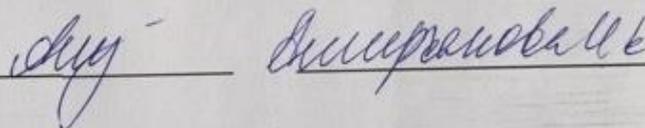
Заведующий кафедрой  Росинская М.В.

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

Директор НОБ  Мысина Е.С.

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и
методического обеспечения



ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 2022 - 2023 учебный год, протокол №01 заседания кафедры от «31» августа 2022 г. В программу изменения не внесены.



_____ _Е.Е. Сиявская

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

Рабочая программа переутверждена на 2023 - 2024 учебный год, протокол №____ заседания кафедры от «__» _____ 2023 г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

подпись

ФИО

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

Рабочая программа переутверждена на 2024 - 2025 учебный год, протокол №____ заседания кафедры от «__» _____ 2024 г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

подпись

ФИО

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

Рабочая программа переутверждена на 2025 - 2026 учебный год, протокол №____ заседания кафедры от «__» _____ 2025 г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

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 – 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 Линейная алгебра Теория вероятностей и математическая статистика Методы оптимальных решений Эконометрика
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;	Менеджмент Финансы, деньги и кредит Финансовый менеджмент

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		

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения 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: вырабатывать маркетинговую стратегию действий на основе рыночных ситуаций Владеть: методами стратегического маркетингового планирования
Общепрофессиональные компетенции		
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;	ОПК-4.1 Демонстрирует знания методов экономически и финансового анализа, планирования и прогнозирования для обоснования 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

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ОПК-4.2 Использует методы экономического и финансового анализа, планирования и прогнозирования для обоснования обоснованные организационно-управленческие решения 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

4.1. Тематический план дисциплины

№ раздела, темы	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
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 комплекса маркетинга	Опрос по заданию для с самостоятельной работы по теме 3 Доклады (сообщения)

4	Ценовая политика в системе комплекса маркетинга	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 комплекса маркетинга	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 : курс лекций / Л. Е. Басовский. — Москва : Инфра-М, 2019 — 219 с. — (Высшее образование). — URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1007096> (дата обращения: 08.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
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. — URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1054208> (дата обращения: 08.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

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. — URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1069190> (дата обращения: 08.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
4. Егорова, М. М. Маркетинг : учебное пособие / М. М. Егорова, Е. Ю. Логинова, И. Г. Швайко. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-9758-1744-0. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81021.html> (дата обращения: 08.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
5. 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. Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

№	Наименование СПБД
1	ScienceDirect : полнотекстовая база данных / издательство Elsevier. – URL: https://www.sciencedirect.com/ (дата обращения: 10.12.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2	SpringerNature : полнотекстовая база данных / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: https://link.springer.com/ (дата обращения: 10.12.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3	КонсультантПлюс : справочно-правовая система / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, [1997-]. – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
	Наименование ИИС
1	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, [2017-]. – URL: http://lib.sutr.ru/ (дата обращения: 10.12.2019). – Текст : электронный.

4.2.3. Нормативные документы (при наличии)

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.	Электронная библиотека: библиотека диссертаций : сайт / Российская государственная библиотека. – Москва : РГБ, 2003 – . – URL: http://diss.rsl.ru/?lang=ru (дата обращения: 10.04.2021). – Режим доступа: для зарегистрир. читателей РГБ. – Текст: электронный.
2.	IPRbooks : электронно-библиотечная система / ЭБС IPRbooks ; ООО «Ай Пи Эр Медиа», электронное периодическое издание «www.iprbookshop.ru». – Саратов, [2010-]. – URL: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения: 10.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Znaniy.com : электронно-библиотечная система / ЭБС Znaniy.com, ООО «Научно-издательский центр Инфра-М». – Москва, [2011-]. – URL: http://znaniy.com/ (дата обращения: 10.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Сервис и туризм : тематическая коллекция / ЭБС Book.ru. – Москва, 2010 –. – URL: https://www.book.ru/cat/578/1 (дата обращения: 10.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
5.	Комплект Сочинского государственного университета / ЭБС «Консультант сту-

	дента» ; ООО «Политехресурс» – Электронная библиотека технического вуза. – Москва : Политехресурс, 2013 – . – URL: http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-138.html (дата обращения: 10.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6.	Электронная библиотека Grebennikon / Издательский дом «Гребенников». – Москва, 1993. – . – URL: https://www.grebennikov.ru/ (дата обращения: 10.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
7.	Коллекция Сочинского государственного университета / образовательная платформа «Юрайт» ; ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2013 – . – URL: https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F (дата обращения: 10.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
8.	Сетевая электронная библиотека классических университетов / ООО ЭБС «Лань. – Санкт-Петербург, 2009 – . – URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 10.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
9.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ. – Москва, [2004-]. – Режим доступа: https://rusneb.ru (дата обращения: 10.04.2021). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
10.	Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина : сайт / Управление делами президента Российской Федерации. – Санкт-Петербург, 2009 – . – URL: https://www.prlib.ru/about (дата обращения: 10.04.2021). – Режим доступа: для зарегистрир. читателей Президентской библиотеки. – Текст: электронный.
11.	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, [1997-]. – URL https://polpred.com/ (дата обращения: 10.04.2021). – 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.

Вопросы для подготовки к зачету

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

5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины

В ходе обучения основными видами учебных занятий являются лекции и практические занятия. В ходе лекций рассматриваются основные понятия тем, связанные с ними теоретические и практические проблемы, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям.

Конкретные задания по изучению учебного материала по прочитанным лекциям в порядке подготовки к практическим занятиям студенты получают от преподавателя, который ведёт эти формы занятий. Характер и количество задач, решаемых на практических занятиях, определяются преподавателем, ведущим занятия. Желательно, чтобы студент кратко законспектировал основные положения, самостоятельно приобрел навыки в решении задач.

Самостоятельная работа студентов включает изучение рекомендованной литературы при подготовке к практическим занятиям, выполнение домашних заданий. В процессе изучения дисциплины выполняются домашние задания по закреплению знаний, полученных на лекциях и практических занятиях. Их целью является приобретение студентами навыков принятия решений на примере конкретных ситуаций. В качестве контрольно-развивающих форм используется групповое обсуждение, устный опрос, тестирование, решение ситуационных задач.

Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки решения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной от-

работки с дальнейшим групповым обсуждением.

Методические рекомендации студентам по подготовке к практическим занятиям

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. Изучение дисциплины предполагает 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, выполнить контрольную работу.

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. При подготовке задания используйте рекомендуемые по данной теме учебники, техническую литературу, материалы электронно-библиотечных систем или другие Интернет-ресурсы. Внимательно прочитайте материал, по которому требуется составить конспект. Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами и понятиями. Кратко перескажите содержание изученного материала. Составьте план конспекта, акцентируя внимание на наиболее важные моменты текста. В соответствии с планом выпишите по каждому пункту несколько основных предложений, характеризующих ведущую мысль описываемого пункта плана. Показатели оценки результатов: краткое изложение (при конспектировании) основных теоретических положений темы; логичность изложения ответа; уровень понимания изученного материала.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету

При подготовке к зачету необходимо руководствоваться рабочей программой по дисциплине. 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 программой по курсу. Если студент при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, педагог имеет право задать ему ряд вопросов, стимулирующих студента к полному высказыванию по данной теме в случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается.

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 и выполнения домашнего задания;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненного домашнего задания.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной

работы являются:

- наличие помещений для СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие учебно-методических материалов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы (методические указания по выполнению СРС).

Самостоятельная работа студента по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям, выполнение курсового проекта.

Основная задача самостоятельной работы – углубленное изучение разделов курса, нормативно-правовых документов в области экономики сферы услуг. Основу самостоятельной работы студента составляет выполнение заданий по завершению изучения каждой темы курса. Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает несколько этапов, что позволит лучше усвоить проеденный материал.

Работу целесообразно начинать с изучения конспекта лекций и материалов учебника, затем следует приступать к выполнению заданий. Формой отчетности являются устный опрос, обсуждение.

Дисциплина должна быть обеспечена учебно-методической литературой в объеме, достаточном для проведения всех предусмотренных видов учебных занятий.

Каждый обучающийся должен быть обеспечен учебно-методической литературой по изучаемой дисциплине.

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 контрольной 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 применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные занятия:

- комплект электронных презентаций/слайдов;
- специализированная аудитория, оснащенная интерактивной доской, проектором, ноутбуком, доской настенной комбинированной;
- ноутбук, мультимедийный проектор.

Практические занятия: аудитория для проведения практических занятий, ноутбук, мультимедийный проектор.

Тестирование в рамках текущей аттестации: компьютерная лаборатория, оснащенная рабочими местами, оборудованными персональными компьютерами, учебная доска, локальная сеть, подключение к Интернет, сканер, принтер.

Прочее:

- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, принтером, сканером, ксероксом;
- рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде (библиотека, компьютерные классы).

Для передачи раздаточного материала к практическим занятиям, домашних заданий, обмена информацией с преподавателем используется электронная почта.

При реализации дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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
3	Архиватор 7-zip.
4	Справочно-правовая система Консультант Плюс

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 ком-

фортного 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, 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 форсированности 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.

38.04.01 Экономика
бакалавриат
профиль «Финансы и управление бизнесом»

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
МАРКЕТИНГ

Дисциплина обязательной части
Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	108/3
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 маркетинга 2. Маркетинговые исследования 3. Товарная политика в системе комплекса маркетинга 4. Ценовая политика в системе комплекса маркетинга 5. Сбытовая политика в системе комплекса маркетинга 6. Политика продвижения в системе комплекса маркетинга 7. Политика конкурентоспособности в системе комплекса маркетинга 8. Позиционирование фирмы на рынке
Формируемые компетенции	УК-1; ОПК-4
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	<p>УК-1.1 Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач</p> <p>УК-1.2 Анализирует и систематизирует разнородные данные, осуществляет процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности</p> <p>УК-1.3 Применяет навыки научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятия решений</p> <p>ОПК-4.1 Демонстрирует знания методов экономически и финансового анализа, планирования и прогнозирования для обоснования обоснованны организационно-управленческих решений</p> <p>ОПК-4.2 Использует методы экономического и финансового анализа, планирования и прогнозирования для обоснования обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-4.3 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 Эконометрика Менеджмент Финансы, деньги и кредит Финансовый менеджмент</p>
Образовательные технологии	<p>Лекции, практические занятия, срс, информационные технологии: презентации; технология «обучение в сотрудничестве», работа в команде при выполнении групповых заданий, деловой игры.</p>
Форма промежуточной аттестации	<p>зачет</p>