

ФГБОУ ВО «АГУ»	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Адыгейский государственный университет»
	Рабочая программа дисциплины (модуля)
	СМК. ОП-2/РК-7.3.3



Рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.О.19 Маркетинг

направление подготовки 38.03.03 Управление персоналом

направленность (профиль) Экономика и управление человеческими ресурсами

РПД адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов


Майкоп, 2021

ФГБОУ ВО «АГУ»	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Адыгейский государственный университет»
	Рабочая программа дисциплины (модуля)
	СМК. ОП-2/РК-7.3.3

Факультет *экономический*

Кафедра *экономической безопасности и управления человеческими ресурсами*


Составитель (разработчик) программы:

доцент кафедры экономической безопасности и управления человеческими ресурсами, кандидат экономических наук, доцент В.В. Шалатов 

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры *экономической безопасности и управления человеческими ресурсами* протокол № 8 от «11» 03 2021 г.

Заведующий кафедрой: доктор экономических наук, профессор
А.Ш. Хуажева 

Согласовано:

Председатель УМК факультета: доцент кафедры экономики и управления, кандидат экономических наук, доцент С.А. Хатукай 

Содержание

стр.

	Пояснительная записка	4
1.	Цели и задачи дисциплины (модуля)	4
2.	Объем дисциплины (модуля) по видам учебной работы	8
3.	Содержание дисциплины (модуля)	9
4.	Самостоятельная работа обучающихся	9
5.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)	11
6.	Образовательные технологии	13
7.	Методические рекомендации по дисциплине (модулю)	14
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	18
9.	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	20
10.	Лист регистрации изменений	21

Пояснительная записка

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 *Управление персоналом*, направленность «*Экономика и управление человеческими ресурсами*».

Дисциплина (модуль) «Б1.О.19 *Маркетинг*» относится к обязательной части блока 1 учебного плана.

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «*Микроэкономика*», «*Макроэкономика*», «*Информатика в экономике*», «*Основы теории управления*», «*Региональная экономика*», «*Статистика*», «*Социология*» «*Экономика и управление организацией*».

Трудоемкость дисциплины: 3 з.е./ 108 ч.;

контактная работа:

занятия лекционного типа – 18 ч.,

занятия семинарского типа (практические занятия) – 18 ч.,

КСР – 2 ч.,

иная контактная работа – 0,3 ч.

СР – 34 ч.

контроль – 35,7 ч.

Ключевые слова: *маркетинг, предприятие, товар, услуга, рынок, маркетинговая среда, маркетинговые исследования, маркетинговые стратегии, маркетинговые коммуникации.*

1. Цели и задачи дисциплины (модуля).

Цель дисциплины (модуля): формирование понимания основ создания и функционирования системы маркетинга на предприятии, подготовка студентов к практическому использованию маркетинговых средств и технологий в продвижении и продаже товаров и услуг.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Приобретение теоретических знаний в области маркетинга путем использования средств социально-экономического и статистического анализа и современных маркетинговых и информационных технологий.
2. Развитие управленческого мышления.
3. Изучение комплексного подхода к исследованию рынка.
4. Овладение основами методологии в области маркетинга.
5. Приобретение базовых навыков практической работы по сбору необходимых материалов, их комплексной оценке, анализу и систематизации в рамках маркетинговой деятельности предприятия.
6. Приобретение практических навыков в разработке маркетинговых мероприятий и оценке их социально-экономической эффективности.

Таблица 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-10	УК-10.1 Аргументирован-	Знает:

Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

но переходит от первоначальной субъективной формулировки проблемы к целостному структурированному описанию проблемной ситуации
УК-10.2 Обосновывает системную формулировку цели и постановку задачи управления
УК-10.3 Взвешенно и системно подходит к анализу ситуации, формулировке критериев и условий выбора
УК-10.6 Логично, последовательно и убедительно излагает в отчете цели, задачи, теорию и методологию исследования, результаты и выводы
УК-10.7 Умело обосновывает принятие экономических решений в различных областях жизнедеятельности на основе учета факторов эффективности; планирует деятельность с учетом экономически оправданных затрат, направленных на достижение результата

- цели и функциональные задачи маркетинга;
- системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации;
- подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия;
- роль маркетинговой стратегии в реализации различных товаров и услуг, содержание и специфику выбора стратегии;
- принципы разработки и реализации комплекса маркетинга;
- основы планирования продвижения и сбыта различных товаров и услуг;
- основы ценообразования на рынках различных товаров и услуг;
- сущность маркетинговых коммуникаций.

Умеет:

- адаптировать общие теории и методики маркетинга к решению конкретных задач в различных областях жизнедеятельности;
- анализировать внешние и внутренние факторы, определяющие положение предприятия на рынке и перспективы его развития;
- сегментировать рынок;
- осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка;
- оценивать конкурентоспособность различных товаров и услуг;
- планировать товародвижение и сбыт различных товаров и услуг;
- разрабатывать ценовую политику предприятия;
- разрабатывать различные

		<p>маркетинговые коммуникации: средства рекламы, связи с общественностью, стимулирования сбыта;</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять критерии эффективности маркетинговых решений. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – профессиональным концептуальным и терминологическим аппаратом в сфере маркетинга; – методами анализа конкурентов, поиска новых рыночных возможностей и их реализации; – навыками экспертной оценки конкурентоспособности предприятия на рынке; – навыками применения современных форм и методов планирования и прогнозирования для определения приоритетных целей и перспективных задач маркетинговой деятельности предприятия, а также выбора оптимальных стратегий их решения; – навыками разработки комплекса маркетинга для различных товаров и услуг; – технологиями выбора каналов сбыта и продвижения различных товаров и услуг; – навыками разработки структуры службы маркетинга предприятия.
<p>ОПК-1 Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в</p>	<p>ОПК-1.1. Демонстрирует знание теории и основных законов в области экономической, организационно-управленческой и социально-психологической науки</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретико-методологические основы современного маркетинга и его роль в системе управления предприятием; – основные источники получения маркетинговой информации, этапы и методы планирования маркетингового исследования для принятия решений в управленческой деятельности;

части работы с персоналом при решении профессиональных задач

- методические подходы к проведению сегментации рынка и позиционированию товара на рынке;
 - основные типы организации служб маркетинга и принципы их работы;
 - общие принципы и методы планирования маркетинга на предприятии;
 - содержание и структуру маркетингового плана и маркетинговых программ;
 - содержание и конкретные приемы контроля маркетинга на предприятии;
 - содержание и инструментарий товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики;
 - основные особенности и специфику маркетинга в различных областях деятельности.
- Умеет:
- применять теоретико-методологические основы современного маркетинга в практике деятельности предприятия;
 - проводить комплексное исследование рынка, сегментацию рынка и выбирать целевые сегменты и стратегии охвата рынка;
 - применять современные подходы к построению службы маркетинга на предприятии;
 - определять, на какой стадии жизненного цикла находится товар и управлять жизненным циклом товара;
 - применять инструменты маркетинга для управления ассортиментом товаров и услуг;
 - определять ценовую стратегию предприятия, выбирать наиболее рациональный ме-

		<p><i>тод ценообразования, принимать тактические решения для оказания ценового влияния на потребителя;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>– формулировать основные области принятия решений в рамках сбытовой политики, определять наиболее подходящие каналы распределения, планировать и организовывать продажи;</i> <i>– формулировать основные области принятия решений в рамках коммуникационной политики, организовывать интегрированную маркетинговую коммуникацию;</i> <i>– выявлять современные особенности и специфику маркетинга в различных областях деятельности.</i> <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>– профессиональным концептуальным и терминологическим аппаратом в сфере маркетинга;</i> <i>– навыками применения современного маркетингового инструментария для решения профессиональных задач;</i> <i>– навыками разработки программы маркетингового исследования;</i> <i>– навыками поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной маркетинговой информации;</i> <i>– перспективными маркетинговыми стратегиями и технологиями;</i> <i>– навыками самостоятельной разработки маркетинговой стратегии предприятия;</i> <i>– приемами контроля маркетинга на предприятии.</i>
--	--	--

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

Таблица 2. Объем дисциплины (модуля) общая трудоемкость: 3 з.е. / 108 ч.

Форма обучения очная

Виды учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах			
		5			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108			
Контактная работа:					
занятия лекционного типа	18	18			
занятия семинарского типа (семинары)	18	18			
контроль самостоятельной работы	2	2			
иная контактная работа	0,3	0,3			
контролируемая письменная работа					
контроль	35,7	35,7			
Самостоятельная работа (СР)	34	34			
Курсовая работа (проект)					
Вид промежуточного контроля (зачет, экзамен, диф. зачет)		экзамен			

3. Содержание дисциплины (модуля).

Таблица 3. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения очная

Семестр 5

Номер раздела	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Объем в часах					
		Всего	Л	ПЗ	С	ЛР	СР и иная работа
1.	Сущность и содержание маркетинга	14	2	2			10
2.	Маркетинговая среда предприятия	14	2	2			10
3.	Маркетинговые исследования рынка	14	2	2			10
4.	Формирование маркетинговой стратегии предприятия	14	4	4			6
5.	Товарная политика предприятия	12	2	2			8
6.	Ценовая политика предприятия	14	2	2			10
7.	Сбытовая политика предприятия	12	2	2			8
8.	Коммуникационная политика предприятия	14	2	2			10
Итого:		108	18	18			72

4. Самостоятельная работа обучающихся.

Цели самостоятельной работы – освоить те разделы дисциплины, которые не были затронуты в процессе аудиторных занятий, но предусмотрены рабочей программой, а также расширить границы получаемых знаний, умений и навыков (владений) в процессе дополнительного

изучения отдельных тем, решении практических задач, исследования отдельных вопросов дисциплины с помощью учебно-методической литературы; подготовиться к занятиям лекционного и семинарского типа.

Виды самостоятельной работы:

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

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Разделы рабочей программы	Форма отчетности
1.	<i>Изучение теоретического материала и конспектирование вопросов; подготовка презентации; подготовка к практическим занятиям</i>	Тема 1	Модуль 1, презентация, конспект
2.	<i>Изучение теоретического материала и конспектирование вопросов; подготовка презентации; подготовка к практическим занятиям</i>	Тема 2	Модуль 1, презентация, конспект
3.	<i>Изучение теоретического материала и конспектирование вопросов; подготовка презентации; подготовка к практическим занятиям</i>	Тема 3	Модуль 1, презентация, конспект
4.	<i>Изучение теоретического материала и конспектирование вопросов; подготовка презентации; подготовка к практическим занятиям</i>	Тема 4	Модуль 1, презентация, конспект
5.	<i>Изучение теоретического материала и конспектирование вопросов; подготовка презентации; подготовка к практическим занятиям</i>	Тема 5	Модуль 2, презентация, конспект
6.	<i>Изучение теоретического материала и конспектирование вопросов; подготовка презентации; подготовка к практическим занятиям</i>	Тема 6	Модуль 2, презентация, конспект
7.	<i>Изучение теоретического матери-</i>	Тема 7	Модуль 2, презента-

	ала и конспектирование вопросов; подготовка презентации; подготовка к практическим занятиям		ция, конспект
8.	Изучение теоретического материала и конспектирование вопросов; подготовка презентации; подготовка к практическим занятиям	Тема 8	Модуль 2, презентация, конспект

4.1. Типы семестровых заданий:

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

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).

Таблица 5.1. Основная литература

№ п/п	Наименование, библиографическое описание
1.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова и др. ; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 446 с. – ISBN 978-5-394-02263-0. ЭБС: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786 .
2.	Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, В.В. Синяев, О.Н. Романенкова ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 252 с. – ISBN 978-5-394-03246-2. ЭБС: Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403 .
3.	Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 550 с. – ISBN 978-5-394-03478-7. ЭБС: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172 .

Таблица 5.2. Дополнительная литература

4.	Романов, А.А. Маркетинг : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 440 с. – ISBN 978-5-394-01311-9. ЭБС: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077 .
5.	Клименко, Л.В. Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие : Южный федеральный университет, 2019. – 111 с. – ISBN 978-5-9275-3130-1. ЭБС: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773 .
6.	Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 258 с. – ISBN 978-5-394-03200-4. ЭБС: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437 .

Таблица 5.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Название (адрес) ресурса
----------	--------------------------

1.	Библиотека экономической и управленческой литературы eup.ru .
2.	Сайт Гильдии маркетологов www.marketologi.ru .
3.	Энциклопедия маркетинга. Теория и практика. Маркетинговые исследования https://www.marketing.spb.ru/ .
4.	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» http://cyberleninka.ru .

Таблица 5.4. Периодические издания

№ п/п	Наименование
1.	Журнал «Маркетинговые коммуникации» посвящен различным аспектам эффективных маркетинговых коммуникаций. Читатели найдут для себя ответы на ряд важных вопросов по управлению, планированию, организации, контролю, оценке эффективности маркетинговых коммуникаций https://grebennikon.ru/journal-1 .
2.	Журнал «Интернет-маркетинг» освещает практические вопросы использования Интернета для продвижения товаров и услуг предприятий https://grebennikon.ru/journal-2 .
3.	Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» посвящен практическим аспектам современного маркетинга https://grebennikon.ru/journal-3 .
4.	В журнале «Маркетинг услуг» рассматриваются наиболее важные аспекты маркетинговой деятельности применительно к предприятиям сферы услуг. Исследуются проблемы конкурентоспособности услуг, способы продвижения услуг на рынок https://grebennikon.ru/journal-18 .
5.	Журнал «Практический маркетинг» содержит научные, практически ориентированные, статьи по различным вопросам маркетинга, методические разработки, обзоры и анализ рынков, примеры маркетинговых исследований https://bci-marketing.ru/ .

Таблица 5.5. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№ п/п	Наименование
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» – http://www.biblioclub.ru
2.	ЭБС АГУ на платформе аппаратно-программного комплекса ООО КДУ – http://adynet.bibliotech.ru
3.	ЭБС «Юрайт» – http://www.biblio-online.ru
4.	ЭБС «Лань» – http://www.e.lanbook.com
5.	ФГБУ «Российская государственная библиотека» – http://dvs.rsl.ru
6.	Некоммерческое партнерство «Ассоциированные региональные библиотечные консорциумы» (АРБИКОН) – http://arbicon.ru/services/
7.	ООО «Фактор Плюс» (СПС «Консультант Плюс») – http://www.consultant.ru
8.	ООО «Компания АПИ «ГАРАНТ» – http://www.garant.ru

Электронные ресурсы на основе лицензионных договоров ФГБОУ ВО «АГУ»

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии. В настоящее время включает более 130 тыс. наименований. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ЭБС АГУ на платформе аппаратно-программного комплекса ООО КДУ <http://adynet.bibliotech.ru> Ресурс содержит электронные аналоги трудов преподавателей АГУ. Обеспечивает доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ЭБС «Юрайт» www.biblio-online.ru образовательный ресурс, электронная библиотека и интернет-магазин, где читают и покупают электронные и печатные учебники авторов –преподавателей ведущих университетов для всех уровней профессионального образования, а также пользуются видео- и аудиоматериалами, тестированием и сервисами для преподавателей. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ЭБС «Лань» www.e.lanbook.com Российский разработчик и поставщик современных образовательных IT-решений, флагманский продукт «Лани» – собственная электронно-библиотечная система (ЭБС), предоставляющая образовательным организациям доступ к электронным версиям книг ведущих издательств учебной, научной, профессиональной литературы и периодики по различным направлениям подготовки. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ФГБУ «Российская государственная библиотека» <http://dvs.rsl.ru> Состав пополняется объемом диссертаций по всем специальностям (кроме медицины и фармации), что составляет около 30000 диссертаций в год. Доступ к полным текстам диссертаций только в отделе электронных публикаций НБ АГУ. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ООО «Научная электронная библиотека» (НЭБ) www.elibrary.ru Российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии и образования, в том числе электронные версии более 3900 российских научно-технических журналов, из которых более 2800 журналов в открытом доступе. НЭБ eLIBRARY содержит платформу Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

Некоммерческое партнерство «Ассоциированные региональные библиотечные консорциумы» (АРБИКОН) <http://arbicon.ru/services/> это крупнейшая межведомственная межрегиональная библиотечная сеть страны, располагающая совокупным информационным ресурсом, который дает возможность найти более 50 миллионов документов в 57 регионах страны и уточнить, в фондах каких библиотек их можно получить.

Некоммерческое партнерство «Национальный электронно-информационный консорциум» (НЭИКОН) www.neicon.ru объединяет возможности российских библиотек и научных организаций для корпоративного доступа к электронным базам данных научных периодических изданий, предлагаемых российскими и зарубежными издательствами и информационными агентствами.

ООО «Фактор Плюс» (СПС «Консультант Плюс») www.consultant.ru – это современная справочная система, обеспечивающая большое количество возможностей при работе с текстовыми правовыми документами. Программа предназначена для качественного оперативного снабжения правовой информацией юристов, а также других лиц, использующих в своей работе нормативно-правовую документацию.

ООО «Компания АПИ «ГАРАНТ» www.garant.ru Справочно-правовая система «Гарант» – это программное приложение для компьютера, в котором содержится полная, подвергнутая систематизации и постоянно обновляемая законодательная информация.

Web of Science <https://apps.webofknowledge.com> Научометрическая реферативная база данных журналов и конференций. Позволяет получить доступ к большому объему исследовательской литературы мирового класса, связанной с тщательно отобранным списком журналов. Режим доступа: IP адреса университета

Scopus <https://www.scopus.com/search/> – это научометрическая реферативная база данных, входящая в базу данных SciVerse компании Elsevier. SciVerse объединяет в себе материалы из коллекции рецензированной литературы SciVerse Scopus, собрания полнотекстовых статей SciVerse ScienceDirect, доступ к которой определяется условиями подписки. Режим доступа: IP адреса университета.

Библиотеки России

[Российская государственная библиотека \(РГБ\), г. Москва](#)

[Российская национальная библиотека \(РНБ\), г. Санкт-Петербург](#)

[Библиотека Российской академии наук \(РАН\), г. Москва](#)

[Фундаментальная библиотека ИНИОН РАН, г. Москва](#)

[Научная библиотека Московского государственного университета \(МГУ\) им. М.В. Ломоносова](#)

Экономика и управление

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

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

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

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

6. Образовательные технологии

Таблица 6. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Сущность и содержание маркетинга	Лекция 1 Практическое занятие 1 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Практическое занятие в форме презентации Консультирование и проверка выполнения заданий посредством электронной почты
2.	Маркетинговая среда предприятия	Лекция 2 Практическое занятие 2 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Практическое занятие с использованием кейс-технологии Консультирование и проверка выполнения заданий посредством

			электронной почты
3.	Маркетинговые исследования рынка	Лекция 3 Практическое занятие 3 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Практическое занятие с использованием проектной технологии Консультирование и проверка выполнения заданий посредством электронной почты
4.	Формирование маркетинговой стратегии предприятия	Лекция 4 Практическое занятие 4 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Практическое занятие с использованием кейс-технологии Консультирование и проверка выполнения заданий посредством электронной почты
5.	Товарная политика предприятия	Лекция 5 Практическое занятие 5 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Практическое занятие с использованием кейс-технологии Консультирование и проверка выполнения заданий посредством электронной почты
6.	Ценовая политика предприятия	Лекция 6 Практическое занятие 6 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Практическое занятие с использованием кейс-технологии Консультирование и проверка выполнения заданий посредством электронной почты
7.	Сбытовая политика предприятия	Лекция 7 Практическое занятие 7 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Практическое занятие с использованием кейс-технологии Консультирование и проверка выполнения заданий посредством электронной почты
8.	Коммуникационная политика предприятия	Лекция 8 Практическое занятие 8 Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентационных материалов Практическое занятие с использованием кейс-технологии Консультирование и проверка выполнения заданий посредством электронной почты

7. Методические рекомендации по дисциплине (модулю).

Методические рекомендации преподавателю

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Семинар проводится по узловым и наиболее сложным вопросам (темам, разделам) учебной программы. Он может быть построен как на материале одной лекции, так и на содержании обзорной лекции, а также по определённой теме без чтения предварительной лекции. Главная и определяющая особенность любого семинара – наличие элементов дискуссии, проблемности, диалога между преподавателем и студентами и самими студентами.

При подготовке классического семинара желательно придерживаться следующего алгоритма:

а) разработка учебно-методического материала:

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

б) подготовка студентов и преподавателя:

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

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

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

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

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

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

Методические указания студентам по дисциплине

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

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

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

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

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

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

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

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

Практическое занятие – форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

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

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

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

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

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

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

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

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

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

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

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

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

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

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

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

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

Лекционные занятия проводятся в аудиториях, предоставляемых деканатом факультета в соответствии с расписанием. На отдельных занятиях необходимы используются видеопроектор с экраном (или компьютерный класс).

Материально-техническое обеспечение учебного процесса на экономическом факультете полностью соответствует требованиям ФГОС ВО, действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам.

На факультете имеется 4 компьютерных класса с выходом в Интернет (лицензии: Microsoft® Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN I License No Irvel. FQC-02306 (на 13 рабочих мест); Microsoft® Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Irvei FQC-02306 (на 1 рабочее место)), учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

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

Microsoft Office 2013 Russian Academic OPEN...

Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN...

Microsoft Office 2010 Russian Academic OPEN...

Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic OPEN...

Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN...

Acrobat Professional 11.0 MLP AOO License RU (65195558)

Apache OpenOffice

LibreOffice

Google Apps

