МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (МАДИ)»

ВОЛЖСКИЙ ФИЛИАЛ

УТВЕРЖДАЮ
Доцент, к.п.н., зав. кафедрой ЭиТТП
_____Петрова А.В.
«2» марта 2020 г

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.Б.17 Маркетинг

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)

Экономика предприятий и организаций

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

очная

Кафедра: ЭиТТП

Чебоксары 2020 г.

1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код компетенции	**В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**
ОК-7	способность к самоорганизации и самообразованию	**знать:** • основы организации работы коллектива исполнителей **уметь:** • работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия **владеть:** • навыками самоорганизации и самообразования
ОПК-4	способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	**знать:** • основы организации эффективной коммерческой работы предприятия **уметь:** • находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности **владеть:** • методами разработки и внедрения рациональных приемов работы с клиентом
ПК-9	способность организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта	**знать:** • теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации • показатели конкурентоспособности организации • конкурентные преимущества организации **уметь:** • организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта **владеть:**

		• методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы

Трудоёмкость дисциплины (модуля): 4 З.Е.

Форма промежуточной аттестации: экзамен (1 семестр).

Формы текущего контроля успеваемости: устный и/или письменный опрос.

Разделы дисциплины (модуля), виды занятий и формируемые компетенции по разделам дисциплины (модуля):

№ п/п	Наименование раздела	Л	ЛР	ПЗ	СРС	Всего часов (без контроля)	Формируемые компетенции
1.	Введение в курс «Маркетинг»	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
2.	Управление маркетинговой деятельностью	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
3.	Маркетинговые исследования и информация	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
4.	Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
5.	Товары, товарные марки, упаковка и услуги	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
6.	Политика и методы ценообразования	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
7.	Реклама, стимулирование сбыта и пропаганда	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
8.	Розничная и оптовая торговля	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9

9.	Служба маркетинга в современных условиях	2	-	2	7,5	11,5	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
Всего часов:		18	-	18	71,5	107,5	

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО и образовательной программы.

Задачами освоения дисциплины являются:

- приобретение обучающимися знаний, умений, навыков и (или) опыта профессиональной деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса;
- оценка достижения обучающимися планируемых результатов обучения как этапа формирования соответствующих компетенций.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина (модуль) реализуется в рамках базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина (модуль) базируется на результатах обучения по следующим дисциплинам (модулям), практикам: обществознание (школьный курс)

Результаты обучения, достигнутые по итогам освоения данной дисциплины (модуля) являются необходимым условием для успешного обучения по следующим дисциплинам (модулям), практикам: Б1.Б.16 Менеджмент, Б1.Б.08 Социология и политология, Б1.Б.24 Логистика, Б1.Б.22 Кадровая политика предприятия, Б1.Б.23 Управление проектами и др.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОК-7	способность к самоорганизации и самообразованию	**знать:** • основы организации работы коллектива исполнителей **уметь:** • работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические,

		конфессиональные и культурные различия **владеть:** • навыками самоорганизации и самообразования
ОПК-4	способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	**знать:** • основы организации эффективной коммерческой работы предприятия **уметь:** • находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности **владеть:** • методами разработки и внедрения рациональных приемов работы с клиентом
ПК-9	способность организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта	**знать:** • теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации • показатели конкурентоспособности организации • конкурентные преимущества организации **уметь:** • организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта **владеть:** • методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы.

Общий объём (трудоемкость) дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единиц (З.Е.).

Вид учебной работы		Трудоемкость дисциплины, академ. часов:		Семестры (кол-во недель в семестре)		
				Семестр 1 (18)		
		Всего	В том числе в интерактивной форме	всего	Контактная работа	Самостоятельная работа
Учебная работа (без контроля), всего:		**107,5**	**8**	**107,5**	**36**	**71,5**
в том числе:	Лекции (Л)	**18**	4	**18**	18	
	Практические занятия (ПЗ)	**18**	4	**18**	18	
	Лабораторные работы (ЛР)	**-**				
	Курсовой проект (КП)	**-**				
	Курсовая работа (КР)	**-**				
	Расчетно-графические работы (РГР)	**-**				
	Реферат	**-**				
	Контрольная работа	**-**				
	Другие виды работы	**71,5**		**71,5**		71,5
Контактная работа		**2**		**2**	**2**	
Контактная работа в семестре (КС)		**0,5**		**0,5**	**0,5**	
Контактная работа в экзаменационную сессию (КА)		**1,5**		**1,5**	**1,5**	
Контроль, всего:		**34,5**		**34,5**		
в том числе:	Экзамен	**34,5**		**34,5**		
	Зачёт					
	Зачёт с оценкой					
Форма промежуточной аттестации		**Экз.**		**Экз.**		
Общая трудоемкость, ч.		**144**		**144**		
Общая трудоемкость, З.Е.		**4**		**4**		

5.2. Разделы дисциплины (модуля), виды занятий и формируемые компетенции по разделам дисциплины (модуля).

№ п/п	Наименование раздела	Л	ЛР	ПЗ	СРС	Всего часов (без контроля)	Формируемые компетенции
1.	Введение в курс «Маркетинг»	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
2.	Управление маркетинговой деятельностью	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9

3.	Маркетинговые исследования и информация	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
4.	Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
5.	Товары, товарные марки, упаковка и услуги	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
6.	Политика и методы ценообразования	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
7.	Реклама, стимулирование сбыта и пропаганда	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
8.	Розничная и оптовая торговля	2	-	2	8	12	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
9.	Служба маркетинга в современных условиях	2	-	2	7,5	11,5	ОК-7, ОПК-4, ПК-9
Всего часов:		18	-	18	71,5	107,5	

5.3. Содержание дисциплины.

1. Введение в курс «Маркетинг»

Основные понятия. Концепции маркетинга. Цели маркетинговой деятельности. Маркетинговая среда организации. Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга

2. Управление маркетинговой деятельностью

Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга. Организация маркетинговой деятельности.

3. Маркетинговые исследования и информация

Концепция системы маркетинговой информации. Виды и объекты маркетинговых исследований, последовательность их проведения. Маркетинговые исследования. Система маркетинговой информации и методы ее сбора.

4. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара

Критерии и методы сегментирования рынка. Позиционирование товара на рынке. Подготовка аналитического отчета о состоянии рынка.

5. Товары, товарные марки, упаковка и услуги

Товар и его коммерческие характеристики. Оценка конкурентоспособности товара. Марка и марочная политика. Жизненный цикл товара и характеристика его стадий.

6. Политика и методы ценообразования

Управление ассортиментом. Виды цен и особенности их применения. Методы расчета цен. Ценовые стратегии. Виды скидок и условия их применения. Классификация методов и средств стимулирования реализации продукции. Связь между ценой и объемом продаж. Последовательность расчета исходной цены.

7. Реклама, стимулирование сбыта и пропаганда

Виды и средства рекламы. Паблик рилейшнс и товарная пропаганда. Методы персональных продаж. Формы краткосрочного стимулирования.

8. Розничная и оптовая торговля

Торговые посредники и их классификация. Каналы распределения: уровни и типы организации. Организация оптовой и розничной торговли. Дилеры и дистрибьюторы. Товародвижение.

9. Служба маркетинга в современных условиях

Подходы к организационному построению службы маркетинга. Бюджет маркетинга. План маркетинга. Маркетинговый контроль. Особенности международного маркетинга.

5.4. Тематический план практических (семинарских) занятий.

№ п/п	№ раздела	Темы практических (семинарских) занятий	Трудоемкость,академ. часов	Формы текущего контроля успеваемости
1.	1	Методология и практика маркетинга	2	Устный и/или письменный опрос
2.	2	Управление маркетинговой деятельностью	2	Устный и/или письменный опрос
3.	3	Маркетинговые исследования и информация	2	Устный и/или письменный опрос
4.	4	Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара	2	Устный и/или письменный опрос
5.	5	Товары, товарные марки, упаковка и услуги	2	Устный и/или письменный опрос
6.	6	Политика и методы ценообразования	2	Устный и/или письменный опрос
7.	7	Реклама, стимулирование сбыта и пропаганда	2	Устный и/или письменный опрос
8.	8	Розничная и оптовая торговля	2	Устный и/или письменный опрос

9.	9	Служба маркетинга в современных условиях	2	Устный и/или письменный опрос

5.5. Тематический план лабораторных работ.

Лабораторные работы не предусмотрены

6. МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля) и организуется в соответствии с порядком, определяемым локальными нормативными актами ВФ МАДИ. Порядок проведения и система оценок результатов текущего контроля успеваемости установлена локальным нормативным актом ВФ МАДИ.

В качестве форм текущего контроля успеваемости по дисциплине (модулю) используются:

- Устный и/или письменный опрос

6.1. Материалы устного и/или письменного опроса

1.Определение термина «Маркетинг».

2.Концепция маркетинга, задачи маркетинга, цели маркетинга, экономический смысл маркетинга.

3.Принципы и функции маркетинга.

4.Маркетинговая среда организации.

5.Составляющие процесса управления маркетингом.

6.Анализ рыночных возможностей.

7.Отбор целевых рынков.

8.Разработка комплекса маркетинга.

9.Организация маркетинговой деятельности на предприятии.

10.Функциональная организация.

11.Организация по географическому принципу.

12.Организация по товарному производству.

13.Организации по рыночному принципу и товарно-рыночному принципу. Система маркетингового контроля.

14.Определение понятия «система маркетинговой информации» и ее общий вид (схема).

15.Этапы развития концепции маркетинговой деятельности (массовый маркетинг; товарно-дифференцированный маркетинг и целевой маркетинг).

16.Определение термина «сегмент» рынка. Сегментирование (сегментация) рынка. Общий подход к сегментированию рынка.

17.Методы сегментации рынка по потребителям.

18.Основные виды маркетинга при выборе стратегии сегментации.

19.Емкость рынка. Обобщенные критерии правильного определения сегмента.

20.Классификационные признаки типов рынков.

21.Позиционирование товара на рынке.

22.Определение термина «товар» и определение понятия «товарная политика». Три уровня товара.

23.Классификация товаров в зависимости от характера покупательского поведения потребителей. Возможный набор конкурентных преимуществ товара.

24.Товарный знак и его применение. Основные требования к товарному знаку.

25.Упаковка и услуги.

26.Конкурентоспособность товара. Жизненный цикл товара и характеристика его стадий.

27.Определение термина «цена» и определение понятия «качество товара». Основные функции цены.

28.Схема ценовой политики предприятия.

29.Типы рынка и типы конкуренции на рынке.

30.Виды цен и особенности их применения.

31.Методы расчета цены продукта и ценовые стратегии.

32.Определение термина «реклама». Виды и средства распространения информации.

33.Стимулирование сбыта (задачи и средства стимулирования сбыта; программа стимулирования сбыта).

34.Определение термина «пропаганда». Паблик рилейшнс и товарная пропаганда.

35.Розничная торговля. Виды розничных торговых предприятий.

36.Оптовая торговля. Функции оптовиков и их основные виды.

37.Каналы распределения, уровни каналов распределения и типы организации.

38.Дилеры и дистрибьюторы. Товародвижение.

39.Назначение службы маркетинга предприятия. Подходы к организационному построению службы маркетинга.

40.Бюджет и план маркетинга. Маркетинговый контроль.

41.Особенности международного маркетинга.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать
ОК-7	способность к самоорганизации и самообразованию
ОПК-4	способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность
ПК-9	способность организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин (модулей), практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса в следующем порядке:

ОК-7 - способность к самоорганизации и самообразованию

Дисциплины (модули), практики	Семестры								Форма промеж. аттестации
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Б1.Б.02 Философия	+								экзамен
Б1.Б.03 Иностранный язык	+	+							Зачет, экзамен
Б1.Б.04 Культурология	+								Зачет
Б1.Б.11 Информатика	+								Экзамен
Б1.Б.10 Математика	+	+	+						Зачет, зачет, экзамен
Б1.Б.17 Маркетинг	+								Экзамен
Б1.В.ДВ.09.01 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту	+	+	+	+	+				Зачет с оценкой, зачет с оценкой, зачет с оценкой, зачет с оценкой, зачет с оценкой
Б1.В.ДВ.09.02 Спортивные секции	+	+	+	+	+				Зачет с оценкой, зачет с оценкой, зачет с оценкой, зачет с оценкой, зачет с оценкой
Б1.В.ДВ.09.03 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (для инвалидов и лиц с ОВЗ)	+	+	+	+	+				Зачет с оценкой, зачет с оценкой, зачет с оценкой, зачет с оценкой, зачет с оценкой
Б1.Б.01 История		+							экзамен
Б1.Б.16 Менеджмент		+							экзамен
Б1.Б.15 Физическая культура и спорт		+		+					Зачет, зачет
Б1.Б.05 Культура общения			+						Зачет

Б1.Б.08 Социология и политология				+					Зачет
Б1.Б.13 Экология				+					Зачет
Б1.Б.07 Правоведение					+				Зачет
Б1.Б.09 Психолого-педагогические основы профессиональной деятельности							+		Зачет
Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты									

ОПК-4 способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

Дисциплины (модули), практики	**Семестры**								**Форма промеж. аттестации**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	
Б1.Б.17 Маркетинг	+								Экзамен
Б1.Б.24 Логистика					+				зачет
Б1.Б.22 Кадровая политика предприятия					+	+			Экзамен, экзамен
Б1.Б.23 Управление проектами								+	зачет
Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты									

ПК-9 способность организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта

Дисциплины (модули), практики	**Семестры**								**Форма промеж. аттестации**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	
Б1.Б.17 Маркетинг	+								Экзамен

Б1.Б.22 Кадровая политика предприятия					+	+			Экзамен, экзамен
ФТД.В.03 Основы профилактики и противодействия терроризму и экстремизму					+				зачет
Б2.В.05(П) Преддипломная практика								+	Зачет с оценкой
Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты									

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания.

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

ОК-7 способность к самоорганизации и самообразованию				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
знать: • основы организации работы коллектива исполнителей	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: основ организации работы коллектива исполнителей	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: основ организации работы коллектива исполнителей. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: основ организации работы коллектива исполнителей, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: основ организации работы коллектива исполнителей, свободно оперирует приобретенными знаниями.
уметь: • работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. Допускаются значительные ошибки, проявляется	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: работать в коллективе, толерантно воспринимая	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные,

		недостаточность умений, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	этнические, конфессиональные и культурные различия. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
владеть: навыками самоорганизации и самообразования	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками самоорганизации и самообразования	Обучающийся владеет навыками самоорганизации и самообразования в неполном объеме, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей, Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	Обучающийся частично владеет навыками самоорганизации и самообразования, навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет навыками самоорганизации и самообразования, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.
ОПК-4 способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность				

Показатель	Критерии оценивания			
	2	**3**	**4**	**5**
знать: • Основы организации эффективной коммерческой работы предприятия	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: основ организации эффективной коммерческой работы предприятия	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: основ организации эффективной коммерческой работы предприятия. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: основ организации эффективной коммерческой работы предприятия, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: основ организации эффективной коммерческой работы предприятия, свободно оперирует приобретенными знаниями.
уметь: • находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности,	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях

			затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	повышенной сложности.
владеть: • Методами разработки и внедрения рациональных приемов работы с клиентом	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет методами разработки и внедрения рациональных приемов работы с клиентом	Обучающийся владеет методами разработки и внедрения рациональных приемов работы с клиентом в неполном объеме, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей, Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	Обучающийся частично владеет методами разработки и внедрения рациональных приемов работы с клиентом, навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет методами разработки и внедрения рациональных приемов работы с клиентом, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.

ПК-9 способность организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта

Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
знать:	Обучающийся демонстрирует полное	Обучающийся демонстрирует	Обучающийся демонстрирует	Обучающийся демонстрирует полное

• теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации • показатели конкурентоспособности организации • конкурентные преимущества организации	отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: критериев, факторов и показателей конкурентоспособности организации; механизмов изыскания и обеспечения конкурентных преимуществ организации	неполное соответствие следующих знаний: критериев, факторов и показателей конкурентоспособности организации; механизмов изыскания и обеспечения конкурентных преимуществ организации . Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	частичное соответствие следующих знаний: критериев, факторов и показателей конкурентоспособности организации; механизмов изыскания и обеспечения конкурентных преимуществ организации , но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	соответствие следующих знаний: критериев, факторов и показателей конкурентоспособности организации; механизмов изыскания и обеспечения конкурентных преимуществ организации , свободно оперирует приобретенными знаниями.
уметь: • организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного

		экономического проекта. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	экономического проекта. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	экономического проекта. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
владеть: • методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы	Обучающийся владеет методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы в неполном объеме, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей, Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	Обучающийся частично владеет методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы, навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена проводится в период экзаменационной сессии согласно расписанию экзаменов, утверждённому в установленном порядке. Экзамен проводится по экзаменационным билетам, включающим в себя теоретические вопросы, а также практические задания. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Шкала оценивания	**Балл**	**Описание**
Отлично	5	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, свободно применяет их в ситуациях повышенной сложности..
Хорошо	4	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей: знания, умения и навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Удовлетворительно	3	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков по ряду показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации
Неудовлетворительно	2	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренные учебным планом. Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или явную недостаточность знаний, умений, навыков в соответствие с приведенными показателями.

7.3. Типовые контрольные задания промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

Задания для проверки результатов обучения «знать».

1.Определение термина «Маркетинг».

2.Концепция маркетинга, задачи маркетинга, цели маркетинга, экономический смысл маркетинга.

3.Принципы и функции маркетинга.

4.Маркетинговая среда организации.

5.Составляющие процесса управления маркетингом.

6.Анализ рыночных возможностей.

7.Отбор целевых рынков.

8.Разработка комплекса маркетинга.

9.Организация маркетинговой деятельности на предприятии.

10.Функциональная организация.

11.Организация по географическому принципу.

12.Организация по товарному производству.

13.Организации по рыночному принципу и товарно-рыночному принципу. Система маркетингового контроля.

14.Определение понятия «система маркетинговой информации» и ее общий вид (схема).

15.Этапы развития концепции маркетинговой деятельности (массовый маркетинг; товарно-дифференцированный маркетинг и целевой маркетинг).

16.Определение термина «сегмент» рынка. Сегментирование (сегментация) рынка. Общий подход к сегментированию рынка.

17.Методы сегментации рынка по потребителям.

18.Основные виды маркетинга при выборе стратегии сегментации.

19.Емкость рынка. Обобщенные критерии правильного определения сегмента.

20.Классификационные признаки типов рынков.

21.Позиционирование товара на рынке.

22.Определение термина «товар» и определение понятия «товарная политика». Три уровня товара.

23.Классификация товаров в зависимости от характера покупательского поведения потребителей. Возможный набор конкурентных преимуществ товара.

24.Товарный знак и его применение. Основные требования к товарному знаку.

25.Упаковка и услуги.

26.Конкурентоспособность товара. Жизненный цикл товара и характеристика его стадий.

27.Определение термина «цена» и определение понятия «качество товара». Основные функции цены.

28.Схема ценовой политики предприятия.

29.Типы рынка и типы конкуренции на рынке.

30.Виды цен и особенности их применения.

31.Методы расчета цены продукта и ценовые стратегии.

32.Определение термина «реклама». Виды и средства распространения информации.

33.Стимулирование сбыта (задачи и средства стимулирования сбыта; программа стимулирования сбыта).

34.Определение термина «пропаганда». Паблик рилейшнс и товарная пропаганда.

35.Розничная торговля. Виды розничных торговых предприятий.

36.Оптовая торговля. Функции оптовиков и их основные виды.

37.Каналы распределения, уровни каналов распределения и типы организации.

38.Дилеры и дистрибьюторы. Товародвижение.

39.Назначение службы маркетинга предприятия. Подходы к организационному построению службы маркетинга.

40.Бюджет и план маркетинга. Маркетинговый контроль.

41.Особенности международного маркетинга.

Задания для проверки результатов обучения «уметь».

Задание 1. Описание элементов комплекса маркетинга

1) Выявите элементы комплекса маркетинга предприятия, указанные в примере.

2) Укажите, каких сведений не достаточно.

3) Смоделируйте недостающие сведения, чтобы описать маркетинговый комплекс в полном объёме.

Исходные данные:

Книжный магазин существует на рынке города несколько десятилетий. Он имеет традиционную сеть поставщиков, постоянных потребителей. Персонал магазина стабильный, имеет высокую квалификацию. В магазине приятный интерьер. Торговые залы оснащены удобными стеллажами, мягкой мебелью. Ассортимент рассчитан на потребителей с разными уровнями достатка и отражает культурные предпочтения целевых аудиторий.

Задание 2. Описание элементов комплекса маркетинга

1) Выявите элементы комплекса маркетинга предприятия, указанные в примере.

2) Укажите, каких сведений не достаточно.

3) Смоделируйте недостающие сведения, чтобы описать маркетинговый комплекс в полном объёме.

Исходные данные:

Частное охранное предприятие «Т» несколько лет назад открылось в городе, являющимся областным центом. За небольшой период времени компания заработала отличную репутацию. Компания предоставляет не только стандартные, но и дополнительные услуги своим потребителям: видеонаблюдение, установка «тревожной кнопки». Цена услуг охранного предприятия несколько выше, чем у конкурентов. В данный момент руководство предприятий приняло решение работать не только на рынке города, но и в раионных центрах области.

Задание 3. Описание элементов комплекса маркетинга

1) Выявите элементы комплекса маркетинга предприятия, указанные в примере.

2) Укажите, каких сведений не достаточно.

3) Смоделируйте недостающие сведения, чтобы описать маркетинговый комплекс в полном объёме.

Исходные данные:

Кондитерская фабрика работает на рынке более 50 лет, имеет устоичивые связи с поставщиками и широкую сеть сбытовых организаций. Компания потратила большие средства на разработку новой начинки для конфет. Благодаря улучшению вкусовых свойств товара-новинки фабрика повысила свою долю на рынке на 12 %. При этом оптовая цена нового товара выше цены традиционных изделий фабрики на 10 %. В первую очередь новинка появилась в фирменных магазинах предприятия, затем – у дистрибьюторов.

Задание 4. Описание элементов комплекса маркетинга

1) Выявите элементы комплекса маркетинга предприятия, указанные в примере.

2) Укажите, каких сведений не достаточно.

3) Смоделируйте недостающие сведения, чтобы описать маркетинговый комплекс в полном объёме.

Исходные данные:

Сеть салонов сотовой связи включила в свой ассортимент новую модель цифрового фотоаппарата. Бренд компании-производителя данного товара широко известен на рынке. Сеть салонов предоставляет дополнительные услуги своим потребителям : гарантийное и послегарантийное обслуживание купленной техники. Цена цифрового фотоаппарата установлена на уровне цен магазинов-конкурентов.

Задание 5. Анализ макро- и микросреды организации

Исходные данные:

Индивидуальный предприниматель имеет сеть летних кафе в городе с населением около 100 тысяч человек. У предпринимателя налажены стабильные связи с поставщиками. Предполагается расширение бизнеса, для чего берётся в банке кредит.

Укажите факторы маркетинговой среды, которые могут влиять на работу организации.

Задание 6. Анализ макро- и микросреды организации

Исходные данные:

Завод производит сельскохозяйственное оборудование. Он имеет многолетнюю историю, торговая марка предприятия известна далеко за пределами его региона. У предприятия налажены стабильные связи с поставщиками и потребителями-организациями. Несмотря на минимум конкурентов, сбыт продукции не достаточно интенсивный из-за низкой покупательской способности конечных потребителей.

Укажите факторы маркетинговой среды, которые могут влиять на работу организации.

Задача 7. Анализ макро- и микросреды организации

Исходные данные:

Сеть автопарковок имеет на местном рынке четырёх крупных конкурентов. Клиентам, помимо основной услуги, предлагаются услуги по ремонту автотранспорта, продовольственные товары, товары первой необходимости. Заправочные станции компании расположены, преимущественно, вне городской черты и крупных населённых пунктов. Компания имеет договоры на обслуживания с двумя автотранспортными предприятиями, работающими в регионе.

Укажите факторы маркетинговой среды, которые могут влиять на работу организации.

Задание 8. Оценка факторов внешней среды организации

1) Дополните перечень факторов внешней среды, действующих на данное предприятие.

2)Оцените по каждому из факторов важность для отрасли; влияние на предприятие; направленность влияния.

3) Рассчитайте интегральную оценку и сделайте выводы.

Исходные данные:

Фермерское хозяйство имеет растениеводческую специализацию и работает на рынке Днепропетровской области с 1994 года. Помимо пахотных земель, в хозяйстве есть теплицы. Продукция реализуется, преимущественно, организациям. Материально-техническая база хозяйства давно не обновлялась.

Задание 9. Оценка факторов внешней среды организации

1) Дополните перечень факторов внешней среды, действующих на данное предприятие.

2)Оцените по каждому из факторов важность для отрасли; влияние на предприятие; направленность влияния.

3) Рассчитайте интегральную оценку и сделайте выводы.

Исходные данные:

Основной деятельностью индивидуального предпринимателя является предоставление аудиторских услуг. В первую очередь – это проверка правильности ведения бухгалтерской отчетности и выработка рекомендаций по приведению ее в соответствие с принятыми нормами. А также предпринимателем оказываются дополнительные услуги: консультации, бухгалтерское сопровождение, оперативное информирование об изменениях

в законах и т. д. и т. п. На рынке города работают также три крупные компании подобного профиля и несколько мелких.

Задания для проверки результатов обучения «владеть».

Задание 1.

Объём потенциального сбыта

Выберите один из сегментов рынка по критерию максимального размера сбыта, исходя из следующих показателей:

Характеристика сегмента	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3
Ёмкость, тыс. ед.	1500	4800	3800
Предполагаемая доля рынка компании	1/10	1/20	1/10

Задание 2.

Объём потенциального сбыта

Выберите один из сегментов рынка по критерию максимального размера сбыта, исходя из следующих показателей:

Характеристика сегмента	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3
Ёмкость, тыс. ед.	3000	1300	1800
Предполагаемая доля рынка компании	1/30	1/20	1/10

Задание 3. Объём потенциального сбыта

Выберите один из сегментов рынка по критерию максимального размера сбыта, исходя из следующих показателей:

Характеристика сегмента	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3
Ёмкость, тыс. ед.	200	180	38
Предполагаемая доля рынка компании	1/6	1/10	1/25

Задание 4.

Объём потенциального сбыта

Определить наименее предпочтительный сегмент рынка, проанализировав показатели для расчёта потенциального сбыта товара:

Характеристика сегмента	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3
Ёмкость, тыс. ед.	44 000	100 000	60 000
Предполагаемая доля рынка компании	1/3	1/5	1/8

Задание 5.

Рассчитайте общий потенциал рынка клея универсального в городе N, если число покупателей 100 тысяч, среднее число покупок в год – 2 пачки в год, цена средней единицы покупки – 700 руб.

Задание 6.

На рынке города N производство цемента осуществляют три фирмы А, Б, В. Фирма А в апреле текущего года планирует выпустить 200 т цемента, товарный запас за март – 50т. Фирма Б произведет 300 т, из них 100 т отправит по договору в Киев. Фирма В произведет 250 т. Запасы за март Б и В составят соответственно 40 т и 80 т. У фирмы В на складе осталось еще 100 т с мая прошлого года. Известно, что в оптовую сеть города N из Германии поступит 800 т цемента в апреле. Спрос в апреле месяце возрасте в 1,5 раза по сравнению с мартом из-за весенне-летнего периода. В марте спрос составил 1500 т.

1) Посчитать реальную и потенциальную емкость.

2) Определить доли фирм и дать характеристику рынка цемента в городе.

3) Интуитивно описать целевой сегмент.

Задание 7.

Потребитель-организация «Ленк» считает, что марка СО-57А штукатурного агрегата по необходимым ей свойствам оценивается: качество – 8 баллов, размер – 3 балла, цена – 6 баллов. 40% своего предпочтения фирма отдает качеству, 20% - размеру и 10% -цене.

Оцените степень удовлетворения фирмы данной маркой штукатурного агрегата.

Задание 8.

Предприятие «Норд» выпустило новый обойный клей. В результате процесса принятия товара-новинки у предприятия появилось 100 тыс. новых покупателей.

Рассчитайте распределение покупателей по категориям: новаторы, ранние последователи, раннее большинство, позднее большинство, отстающие.

Задание 9.

Рассчитайте общую сумму товародвижения, если известно, что транспортные расходы составили 10 у.е. на товарную единицу на 1 км при расстоянии 10 км, постоянные складские издержки – 600 у.е., переменные издержки – 2 у.е. на единицу товара, а стоимость невыполненных в срок заказов 300 у.е. В товародвижении участвовало 100 товарных единиц.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).

Контроль качества освоения дисциплины (модуля) включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию обучающихся. Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля), промежуточная аттестация обучающихся – оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (модулю) (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ).

Процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), в том числе процедуры текущего контроля успеваемости и порядок проведения промежуточной аттестации обучающихся установлены локальным нормативным актом МАДИ.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, в том числе:

а) основная литература:

1. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. - М.:Дашков и К, 2018. - 440 с.: ISBN 978-5-394-01311-9 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/415055

2. Маркетинг / Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С. - М.:Дашков и К, 2018. - 362 с.: ISBN 978-5-394-02115-2 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/415135

3. Маркетинг: Учебное пособие / Тимофеев М.И., - 3-е изд. - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 223 с.: 70x100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат) (Обложка) ISBN 978-5-369-00402-9 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/463390

4. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / А.В. Коротков. – 3-е изд., перераб и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2014. – 595 с.

5. Синяева, И.М. Маркетинг: теория и практика: учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2013. - 665 с.

б) дополнительная литература:

1. Маркетинг: Учебник / Наумов В.Н. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-010921-3 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/505620

2. Маркетинг / Алексунин В.А., - 6-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 216 с.: ISBN 978-5-394-02296-8 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/511979

3. Маркетинг / Ким С.А. - М.:Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5394-02014-8 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/513272 4. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшенз: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с.

4. Маркетинг: Учебное пособие / Басовский Л.Е., Басовская Е.Н., - 3-е изд., перераб. и доп. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 233 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-011840-6 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/544241

5. Маркетинг PR и рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / И.М. Синяева [и др.] ; под ред. И.М. Синяевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА,2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-02194-2. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/1028516

6. Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования: учебник для магистров / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. - М.: Изд-во Юрайт, 2012. - 540с.

7. Годин А. М. Маркетинг: Учеб. / А. М. Годин. - 8-е изд., перераб. и доп. - М.: "Дашков и К", 2010. - 672 с.

8. Григорьев М.Н. Маркетинг: учебник / М.Н. Григорьев. - М.: Изд-во Юрайт, 2011. - 448с.

9. Гришина В.Т. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: практикум / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышевва, О.М. Меликян, Н.В. Ребрикова. - 3-е изд. - М.: Дашков и К., 2009. - 136с.

10. Джабраилов А. Э. Маркетинг. Логистика. Транспортно-складские логистические комплексы / А. Э. Джабраилов, В. И. Моргунов. - М.: Дашков и К, 2010. - 388 с..

в) ресурсы сети «Интернет», программное обеспечение и информационно-справочные системы:

1.http://www.marketing.spb.ru/ - энциклопедия маркетинга

2.http://www.http://memosales.ru/ - сайт о маркетинге и успешных продаж

3.http://www.marketch.ru/ - записки маркетолога

4.http://marketopedia.ru/ - онлайн энциклопедия маркетинга

5.http://www.marketologi.ru/ - сайт НК "Гильдия Маркетологов"

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельного работы обучающихся по дисциплине (модулю):

В перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) входят:

- конспект лекций по дисциплине (модулю);
- методические материалы практических (семинарских) занятий.

Данные методические материалы входят в состав методических материалов образовательной программы.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1	Аудитория 427 – учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Просп. Тракторостроителей, д. 101, корп. 30	Учебная мебель: стол угловой (венге) -1 шт., стол 3-х местный (венге) -10 шт., стенка (венге) -1 шт., Стеллаж пристенный - 3 шт., кафедра настольн. -1 шт., стул трик.оф.серый -31 шт., стул полумягк.(дерев.) - 1 шт., стул изо (серый) -1 шт., доска 3-х створч. -1 шт., стол учен.б/тумбы (виш.) -2 шт., стул трик.оф.черн. -1 шт., (32 посадочных места). Оборудование: ноутбук – 1 шт., проектор, экран на треноге progekta -1 шт.
2	Аудитория 208 – для самостоятельной работы студентов	Учебная мебель: стол – 21 шт., стулья- 21 шт., стул офисный – 12 шт., компьютерное кресло - 6 шт., стол однотумбовый – 1 шт., стол компьютерный -5 шт., кафедра настольная -2 шт., шкаф -1 шт., доска аудиторная трехстворчатая; стойка наклонная - 4 шт., стенд – 6 шт. настенная карта -1 шт.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Лекции

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять не менее 9 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить не менее 3 часов.

Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции

Слушание и запись лекций – сложный вид аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность

студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Более подробная информация по данному вопросу содержится в методических материалах лекционного курса по дисциплине (модулю), входящих в состав образовательной программы.

Практические (семинарские) занятия

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом занятия, который отражает содержание предложенной темы. Практическое задание необходимо выполнить с учетом предложенной преподавателем инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий.

Структура практического занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие состоит из трёх частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено рабочей программой дисциплины (модуля).
3. Подведение итогов занятия.

Обсуждение теоретических вопросов проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов.

Преподавателями определяется его содержание практического задания и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно).

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

Более подробная информация по данному вопросу содержится в методических материалах практических занятий по дисциплине (модулю), входящих в состав образовательной программы.

Промежуточная аттестация

Каждый учебный семестр заканчивается сдачей зачетов (по окончании семестра) и экзаменов (в период экзаменационной сессии). Подготовка к сдаче зачетов и экзаменов является также самостоятельной работой студента. Основное в подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) – повторение всего учебного материала дисциплины, по которому необходимо сдавать зачет или экзамен.

Только тот студент успевает, кто хорошо усвоил учебный материал. Если студент плохо работал в семестре, пропускал лекции (если лекции предусмотрены учебным планом), слушал их невнимательно, не конспектировал, не изучал рекомендованную литературу, то в процессе подготовки к сессии ему придется не повторять уже знакомое, а заново в короткий срок изучать весь учебный материал. Все это зачастую невозможно сделать из-за нехватки времени.

Для такого студента подготовка к зачету или экзамену будет трудным, а иногда и непосильным делом, а конечный результат – академическая задолженность, и, как следствие, возможное отчисление.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО).

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена на заседании кафедры («3» марта 2020г., протокол №7).

Разработчики:

№ п/п	Ф.И.О.	Подпись
1.	Петрова Анна Владимировна	

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена на заседании учёного совета факультета («17» марта 2020 г., протокол №8).

Председатель

учёного совета факультета /_Н.А. Алешев/