


Федеральное агентство морского и речного транспорта
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Государственный университет морского и речного флота
имени адмирала С.О. Макарова»
Воронежский филиал
федерального государственного бюджетного образовательного

учреждения высшего образования
«Государственный университет морского и речного флота
имени адмирала С.О. Макарова»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)
Б1.Б.20 «Маркетинг»

Уровень образования:	<u>Высшее образование – бакалавриат</u>
Направление подготовки:	<u>38.03.02 Менеджмент</u>
Направленность (профиль):	<u>Управление предприятием и человеческими ресурсами</u>
Вид профессиональной деятельности:	<u>Организационно-управленческая деятельность, информационно-аналитическая деятельность, предпринимательская деятельность</u>
Язык обучения:	<u>Русский</u>
Кафедра:	<u>прикладных экономических наук</u>
Форма обучения:	<u>Заочная</u>
Курс:	<u>4</u>
Составитель:	<u>Попкова Е.В.</u>

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	3
1.1 Цель и задачи учебной дисциплины	3
1.2 Место учебной дисциплины в структуре ОПОП.....	3
1.3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения ОПОП.....	3
2. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся...	4
2.1 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий.	5
2.2 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам с указанием дидактического материала по каждой изучаемой теме и этапов формирования компетенций.	5
3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) и методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) заочной формы обучения.	8
4. Применяемые образовательные технологии для различных видов учебных занятий и для контроля освоения обучающимися запланированных результатов обучения.	16
5. Фонд оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	18
6. Ресурсное обеспечение учебной дисциплины	21
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	22
Лист регистрации изменений.....	26

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины «Маркетинг» является формирование у обучающихся целостной системы экономического мышления и знаний в области маркетинга, представления о составе задач и решений, принимаемых в данной сфере, особенностях маркетинговой деятельности на российских и зарубежных рынках.

Задачи преподавания дисциплины:

- освоение методологии и практики маркетинга;
- изучение теоретических основ по сбору, обработке и анализу информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия маркетинговых решений;
- получение основ знаний по организации и проведению комплексных маркетинговых исследований с целью получения информации для принятия управленческих решений;
- приобретение обучающимися теоретических и практических навыков по разработке и реализации маркетинговой стратегии организации;
- приобретение знаний, необходимых для разработки маркетинговых программ.

Маркетинг рассматривается как комплексная концепция управления, направленная на изучение рынка, рыночной среды и запросов конечных потребителей в целях их удовлетворения и адаптации к ним производимых товаров и услуг, а также в целях их конструирования согласно разрабатываемым на основе маркетинговых программ стратегическим направлениям развития самой фирмы.

1.2 Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг» относится к блоку Б1.Б.20 базовой части и изучается на 4 курсе по заочной форме обучения. Освоение дисциплины (модуля) основывается на знаниях обучающихся, полученных ими в ходе изучения дисциплин предыдущих курсов: «Статистика», «Управление персоналом организации», «Методы принятия управленческих решений» и др.

Данная дисциплина необходима для освоения следующих дисциплин: «Стратегический менеджмент», «Финансовый менеджмент», «Информационные технологии в экономике и менеджменте».

1.3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения ОПОП

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)
ПК-3	владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать: сущность и содержание конкурентоспособности, методы стратегического анализа, этапы разработки стратегии организации; Уметь: собирать информацию для стратегического анализа деятельности организации; Владеть: навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации.

ПК-9	<p>способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>Знать: принципы формирования потребительского спроса и факторы его определяющие; основные концепции и методы анализа рыночных и специфических рисков, сферу их применения.</p> <p>Уметь: анализировать состояние макроэкономической среды, динамику её изменения, выявлять ключевые элементы, оценивать их влияние на организации в системе менеджмента.</p> <p>Владеть: методами анализа рыночных и специфических рисков с целью использования его результатов при принятии управленческих решений</p>
------	---	---

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) «Маркетинг» составляет **144** часов / **4** зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего, Часов /ЗЕ		Семестры			
			Очная форма, Часов /ЗЕ		Заочная форма, Часов /ЗЕ	
	Очная форма	Заочная форма	VI	–	VIII	–
Аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего в том числе:	–	18 / 0,5	–	–	18 / 0,5	–
Учебные занятия лекционного типа (УЗЛТ)	–	8 / 0,22	–	–	8 / 0,22	–
Учебные занятия семинарского (практического) типа (УЗСПТ)	–	10 / 0,28	–	–	10 / 0,28	–
Учебные занятия лабораторного типа (УЗЛТ)	–	–	–	–	–	–
Самостоятельная работа обучающихся	–	117 / 3,25	–	–	117 / 3,25	–
Промежуточная аттеста-	–	9 / 0,25	–	–	9 / 0,25	–

ция (подготовка и сдача),							
всего:							
Контрольная работа		–	–	–	–	–	–
Курсовая работа		–	–	–	–	–	–
Зачет		–	–	–	–	–	–
Экзамен		–	9 / 0,25	–	–	9 / 0,25	–
Итого:	Часов	-	144	-	-	144	–
	Зачетн. ед.	-	4	-	-	4	–
Общая трудоемкость учебной дисциплины							

2.2 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий

Содержание тем дисциплины (модуля), структурированное по темам с указанием дидактического материала по каждой изучаемой теме и этапов формирования компетенций

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (тематика занятий)	Формируемые компетенции
1.	Раздел 1. Введение в маркетинг	<p style="text-align: center;">Тема 1. Социально-экономическая сущность и функции маркетинга</p> <p>Понятие и сущность маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Цели, задачи и структура маркетинга. Маркетинговая концепция, ее содержание и направления развития. Основные категории маркетинга. Система потребностей (по А. Маслоу). Теории мотивации. Рынок; рынок продавца и рынок покупателя. Маркетинг как система. Понятие «система», признаки системы. Маркетинговые системы.</p>	ПК-3,9
2.	Раздел 2. Анализ маркетинговых возможностей	<p style="text-align: center;">Тема 2. Маркетинговая среда фирмы</p> <p>Понятие маркетинговой среды фирмы. Макросреда и микросреда. Основные факторы, формирующие микросреду фирмы: поставщики, покупатели, конкуренты, посредники, контактные аудитории. Основные факторы, формирующие макросреду фирмы: демографическая среда, культурная среда, экономическая среда, природная среда, научно-техническая среда, политико-правовая и социальная среда.</p> <p>Факторы, относящиеся к контролируемым и неконтролируемым. Проведение SWOT-анализа и выработка на основе полученных данных маркетинговой стратегии.</p> <p style="text-align: center;">Тема 3. Маркетинговые исследования</p> <p>Особенности проведения маркетинговых исследований. Исследование рынка. Анализ спроса и предложения на конкурентном рынке, тенденции развития рынка. Анализ методов и форм работы на рынке, политики конкурентов и посредников. Изучение собственного потенциала фирмы.</p>	ПК-3,9

		<p>Основные этапы проведения маркетинговых исследований. Формирование вторичной информации. Первичная маркетинговая информация, ее виды, источники и методы получения. Разработка структуры исследования.</p> <p>Типы и виды маркетинговых исследований. Кабинетные и полевые исследования. Маркетинговые информационные системы (МИС). Система сбора внешней текущей информации. Система хранения информации.</p>	
3.	Раздел 3. Разработка маркетинговых стратегий	<p>Тема 4. Разработка целевого рынка</p> <p>Поведение потребителей. Понятие потребительского рынка и его структура. Модели покупательского поведения и характеристики покупателей. Разработка целевого рынка. Дифференциация рынков. Методы оценки рынка, определения его емкости, границ рыночной деятельности. Сегментация рынка. Основные концепции сегментации (дифференцированный, недифференцированный, концентрированный маркетинг). Выбор стратегии охвата рынка. Методы сегментации потребительского рынка. Позиционирование товара на рынке.</p> <p>Тема 5. Стратегия и тактика маркетинговой деятельности</p> <p>Стратегия маркетинговой деятельности фирм. Понятие стратегии. Особенности выработки стратегии маркетинговой деятельности фирм. Основные цели и задачи разработки стратегии маркетинговой деятельности. Стратегическое планирование. Этапы стратегического планирования: определение целей и задач, ситуационный анализ, разработка стратегии, реализация тактики и контроль результатов. Система планов фирмы, программы и проекты. Составляющие плана маркетинга. Контроль в маркетинге.</p>	ПК-3,9
4.	Раздел 4. Принятие маркетинговых решений	<p>Тема 6. Товарная политика предприятия</p> <p>Товарная политика предприятий. Понятие товара. Классификация товаров и услуг. Товарный ассортимент и его характеристики. Формирование ассортиментной политики. Жизненный цикл товара. Понятие жизненного цикла товара. Виды жизненных циклов. Разработка маркетинговой политики на каждом из этапов жизненного цикла. Планирование новой продукции. Процесс разработки нового товара. Комплексная оценка нового товара и его перспективности. Товар и товарная марка. Упаковка и маркировка продукции. Назначение упаковки, процесс ее разработки. Конкурентоспособность товара на рынке. Понятие конкурентоспособности товара на рынке. Оценка конкурентоспособности товара на рынке.</p> <p>Тема 7. Ценовая политика предприятия</p> <p>Сущность ценовой политики предприятия. Ценообразование на различных типах рынков. Виды цен и особенности их применения. Задачи ценовой политики. Разработка ценовой стратегии. Выбор метода ценообразования и установления окончательной цены. Стратегия проникновения на рынок и стратегия «снятия сливок».</p> <p>Тема 8. Сбытовая политика предприятия</p>	ПК-3,9

		<p>Понятие товародвижения в маркетинге. Система товародвижения. Планирование товародвижения на рынке с учетом вида товаров, средств передвижения, способа доставки, сроков хранения и др. Каналы распределения – прямые и косвенные. Характеристики каналов распределения: длина и ширина; интенсивность использования канала; степень управляемости и др. Типы посредников. Характер отношений между участниками канала распределения. Оптовая и розничная торговля.</p> <p>Тема 9. Коммуникационная политика предприятия</p> <p>Сущность системы коммуникаций. Понятие и элементы системы продвижения (коммуникаций). Инструменты маркетинговых коммуникаций: реклама, персональные продажи, публицити, стимулирование сбыта и др. Рекламная деятельность предприятия. Цели, задачи и основные правила создания рекламы. Виды и средства распространения рекламы на рынке. Требования, предъявляемые к содержанию рекламы. Планирование рекламной деятельности и оценка ее эффективности. Прямой маркетинг на рынке. Стимулирование сбыта на рынке. Понятие системы связей с общественностью («public relations» - PR).</p>	
5.	Раздел 5. Управление маркетинговыми программами	<p>Тема 10. Маркетинговая организация</p> <p>Общие принципы структурной организации. Организационные формы: линейная, функциональная, линейно-масштабная, матричная, дивизионная. Место и роль маркетинговых служб и их специалистов в организационных структурах управления фирмами. Организация отдела маркетинга: функциональная, товарная, рыночная, организация управления по потребителям. Смешанные организационные структуры: функционально-товарная, функционально-рыночная, функционально-региональная, товарно-рыночная и т.д. Интегрированный и не интегрированный маркетинг. Координация деятельности отдела маркетинга с другими отделами организации.</p>	ПК-3,9

Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Лекционные занятия		Практические занятия		Самостоятельная работа		Всего часов	
		О	ЗО	О	ЗО	О	ЗО	О	ЗО
1.	Тема 1. Социально-экономическая сущность и функции маркетинга		1		-		11		12
2.	Тема 2. Маркетинговая среда фирмы		1		2		11		14
3.	Тема 3. Маркетинговые исследования		2		-		11		13
4.	Тема 4. Разработка целевого рынка		2		2		12		16
5.	Тема 5. Стратегия и		2		2		12		16

	тактика маркетинговой деятельности								
6.	Тема 6. Товарная политика предприятия		–		1		12		13
7.	Тема 7. Ценовая политика предприятия		–		1		12		13
8.	Тема 8. Сбытовая политика предприятия		–		1		12		13
9.	Тема 9. Коммуникационная политика предприятия		–		1		12		13
10.	Тема 10. Маркетинговая организация		–		–		12		12
	Контроль								9
	Итого:		8		10		117		144

**3. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) И МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЮ)**

**Виды самостоятельной работы обучающихся в ходе освоения
учебной дисциплины**

№	Наименование темы дисциплины (модуля)	Виды работы при самостоятельной подготовки обучающихся		Самостоятельная работа
		К лекционным занятиям	К семинарским (практическим) занятиям	
1.	Тема 1. Социально-экономическая сущность и функции маркетинга	Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из основной литературы	Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы.	Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из дополнительной литературы. Самостоятельное изучение отдельных вопросов темы. Подготовка к следующему аудиторному занятию.

2.	Тема 2. Маркетинговая среда фирмы	Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из основной литературы	Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы.	Решение практических задач. Закрепление и углубление материала, который изучался на аудиторных занятиях. Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из дополнительной литературы. Самостоятельное изучение отдельных вопросов темы. Подготовка к следующему аудиторному занятию.
3.	Тема 3. Маркетинговые исследования	Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из основной литературы	Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы.	Закрепление и углубление материала, который изучался на аудиторных занятиях. Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из дополнительной литературы. Самостоятельное изучение отдельных вопросов темы. Подготовка к следующему аудиторному занятию, семинарскому и практическому занятию.
4.	Тема 4. Разработка целевого рынка	Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из основной литературы	Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы.-	Решение практических задач. Закрепление и углубление материала, который изучался на аудиторных занятиях. Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из дополнительной литературы. Самостоятельное изучение отдельных вопросов темы. Подготовка к следующему аудиторному занятию, семинарскому и практическому занятию.

5.	Тема 5. Стратегия и тактика маркетинговой деятельности	Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из основной литературы: -	Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы-	Решение практических задач. Закрепление и углубление материала, который изучался на аудиторных занятиях. Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из дополнительной литературы. Самостоятельное изучение отдельных вопросов темы. Подготовка к следующему аудиторному занятию, семинарскому и практическому занятию.
6.	Тема 6. Товарная политика предприятия	Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из основной литературы: /	Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы.	Решение практических задач. Закрепление и углубление материала, который изучался на аудиторных занятиях. Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из дополнительной литературы. Самостоятельное изучение отдельных вопросов темы. Подготовка к следующему аудиторному занятию, семинарскому и практическому занятию.
7	Тема 7. Ценовая политика предприятия	Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из основной литературы	Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы.	Решение практических задач. Закрепление и углубление материала, который изучался на аудиторных занятиях. Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из дополнительной литературы. Самостоятельное изучение отдельных вопросов темы. Подготовка к следующему аудиторному занятию, семинарскому и практическому занятию.

8	Тема 8. Сбытовая политика предприятия	Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из основной литературы	Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы.	Решение практических задач. Закрепление и углубление материала, который изучался на аудиторных занятиях. Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из дополнительной литературы. Самостоятельное изучение отдельных вопросов темы. Подготовка к следующему аудиторному занятию, семинарскому и практическому занятию.
9	Тема 9. Коммуникационная политика предприятия	Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из основной литературы: 1. Афонасова М.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.А. Афонасова. — Элек-	Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы.-	Решение практических задач. Закрепление и углубление материала, который изучался на аудиторных занятиях. Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из дополнительной литературы. Самостоятельное изучение отдельных вопросов темы. Подготовка к следующему аудиторному занятию, семинарскому и практическому занятию.-
10	Тема 10. Маркетинговая организация	Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из основной литературы		Закрепление и углубление материала, который изучался на аудиторных занятиях. Прочитать и изучить соответствующий изучаемой теме материал из дополнительной литературы. Самостоятельное изучение отдельных вопросов темы.

4. ПРИМЕНЯЕМЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ И ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ЗАПЛАНИРОВАННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

При реализации дисциплины (модуля) «Маркетинг» основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров используются образовательные технологии, наиболее полно отражающие специфику дисциплины (модуля), а именно активные и интерактивные формы проведения занятий.

Методические рекомендации по проведению лекционных занятий

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины (модуля). В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету. Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические рекомендации по выполнению практических задач

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины (модуля). Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки у них практических навыков решения. Преподаватель предварительно совместно с обучающимися разбирает, как решаются соответствующие задачи по дисциплине. После этого преподаватель выдает обучающимся задание по теме, определяет необходимое время для его выполнения.

Порядок проведения практикума по решению задач (ПРЗ):

1. Освещается план работы по выполнению ПРЗ, формулируется цель, проводится краткий обзор методов и инструментария, необходимого для выполнения практикума, конкретизируются требования к форме представления результатов.
2. Проводится общий разбор одного или нескольких заданий ПРЗ, акцентируются сложные моменты, поясняются промежуточные результаты, проводится анализ и формулируются выводы, иллюстрируется форма представления результата.
3. Выполняется индивидуально или в мини-группах (2-3 человека) задания ПРЗ в соответствии с условиями заданий ПРЗ и требованиями к результатам представления.
4. Осуществляется проверка выполнения практикума и оценка результатов.

В ходе выполнения практикума по решению задач обучающимися преподаватель осуществляет контроль работы и индивидуальное консультирование обучающихся, корректирует и направляет действия обучающихся при помощи наводящих вопросов, советов и рекомендаций. Акцентирует внимание на необходимость и правильность анализа и интерпретации получаемых результатов. В случае необходимости, если задание не выполнено более чем 50% группы, преподаватель разбирает данное задание совместно с обучающимися.

Методические рекомендации по организации дискуссий

Одной из форм проведения аудиторных занятий в интерактивной форме являются дискуссии. Дискуссия – это метод, позволяющий исследовать определенные темы путем обсуждения в группе. Дискуссия является эффективным методом для организации обмена мнениями и идеями. Дискуссия позволяет: представить и исследовать личный опыт участников; выяснить отношение каждого к обсуждаемой теме; обсудить, как результаты обсуждения могут быть применены в работе; всесторонне исследовать реальные проблемы и их возможные решения; обсудить возможные последствия определенных действий; извлечь полезное из опыта других людей; рассмотреть проблему с различных углов зрения; найти путь для достижения консенсуса в будущем.

Дискуссия всегда состоит из возникающих вопросов и ответов на них, всегда строится по системе «вопрос – ответ». Вопрос в большинстве случаев наводит на устранение возникшей неясности, продуцирует ассоциации, способствует генерированию новых идей. Возникновение вопроса – первый шаг на пути к разрешению противоречий, на пути к новому знанию.

Пока противоречие не разрешено, обучающийся находится в проблемной ситуации умственного напряжения. Как только вопрос задан, в проблемную ситуацию попадают все участники дискуссии и особенно тот, кто собирается ответить на этот вопрос. Поэтому большинство вопросов требуют умения анализировать проблемную ситуацию, логического мышления, умения обосновать, объяснить и доказать. Иначе говоря, это творчески активный мыслительный процесс. Таким образом, дискуссию необходимо планировать заранее: работать над материалом для обсуждения, готовить участников, собственные выступления.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Целью самостоятельной работы обучающихся по изучению дисциплины «Маркетинг» является расширение знаний, полученных в ходе аудиторных занятий, предоставление обучающимся широких прав и возможностей в получении и закреплении общетеоретических знаний по маркетингу, по методологии маркетинга, а также выработка у обучающихся интереса к самостоятельному поиску, к решению проблемных вопросов и задач, и привитие им навыков творческого мышления. Контролируется самостоятельная работа во взаимосвязи с аудиторной работой.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем, либо вопросов тем учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Маркетинг» определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Одной из форм самостоятельной работы является написание конспекта. Под конспектом понимается вторичное создание источников в свернутой и сжатой форме и подразумевается объединение выписок и важных тезисов из обрабатываемого материала. Запись конспекта должна характеризоваться систематичностью, логичностью и связностью. При конспектировании надо тщательно перерабатывать предоставленную информацию, при этом поможет повторное чтение и анализ, при котором можно разделить текст на несколько частей, отделив все ненужное. В конспекте должны быть выделены главные мысли – тезисы. В роли тезиса могут быть выбраны понятия, категории, определения, законы и их формулировки, факты и события, доказательства и многое другое.

Вся предоставленная информация должна быть пересказана в связной форме. Для начала следует составить план конспекта, в соответствии с вопросами которого и следует писать конспект. На каждый вопрос плана должна отвечать определенная часть написанного текста. Главная задача обучающегося при конспектировании – правильно осмыслить, а потом четко и логично записать все необходимое.

**5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ
И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(МОДУЛЮ)**

**Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей и
промежуточной аттестации обучающихся**

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Тема 1. Социально-экономическая сущность и функции маркетинга	ПК-3,9	Задания для самостоятельной работы, тестирование, дискуссия, экзамен.
2	Тема 2. Маркетинговая среда фирмы	ПК-3,9	Опрос на семинарском занятии, практические задания, задания для самостоятельной работы, тестирование, дискуссия, экзамен.
3	Тема 3. Маркетинговые исследования	ПК-3,9	Задания для самостоятельной работы, тестирование, дискуссия, зачет.
4	Тема 4. Разработка целевого рынка	ПК-3,9	Опрос на семинарском занятии, практические задания, задания для самостоятельной работы, тестирование, дискуссия, экзамен.
5	Тема 5. Стратегия и тактика маркетинговой деятельности	ПК-3,9	Опрос на семинарском занятии, практические задания, задания для самостоятельной работы, тестирование, дискуссия, экзамен.
6	Тема 6. Товарная политика предприятия	ПК-3,9	Опрос на семинарском занятии, практические задания, задания для самостоятельной работы, тестирование, дискуссия, экзамен
7	Тема 7. Ценовая политика предприятия	ПК-3,9	Опрос на семинарском занятии, практические задания, задания для самостоятельной работы, тестирование, дискуссия, экзамен.
8	Тема 8. Сбытовая политика предприятия	ПК-3,9	Опрос на семинарском занятии, практические задания, задания для самостоятельной работы, тестирование, дискуссия, экзамен.
9	Тема 9. Коммуникационная политика предприятия	ПК-3,9	Опрос на семинарском занятии, практические задания, задания для самостоятельной работы, тестирование, дискуссия, экзамен.
10	Тема 10. Маркетинговая организация	ПК-3,9	Задания для самостоятельной работы, тестирование, экзамен.

**Критерии оценивания результата обучения по дисциплине
и шкала оценивания**

Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
<p>Пороговый (базовый) уровень (Оценка «3», Зачтено) (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ОПОП)</p>	<p>– обучающийся обладает способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность в профессиональной и социальной деятельности в типовых ситуациях;</p> <p>– обучающийся владеет способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий в профессиональной и социальной деятельности в профессиональной и социальной деятельности в типовых ситуациях</p>
<p>Повышенный (продвину-тый) уровень (Оценка «4», Зачтено) (превосходит пороговый (базовый) уровень по одному или нескольким существенным признакам)</p>	<p>– обучающийся обладает способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность в профессиональной и социальной деятельности в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности;</p> <p>– обучающийся владеет способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий в профессиональной и социальной деятельности в профессиональной и социальной деятельности в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности.</p>
<p>Высокий (превосходный) уровень (Оценка «5», Зачтено) (превосходит пороговый (базовый) уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)-</p>	<p>– обучающийся обладает способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность в профессиональной и социальной деятельности в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий;</p> <p>– обучающийся владеет способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий в профессиональной и социальной деятельности в профессиональной и социальной деятельности в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий.-</p>

Тематика курсовых работ
Не предусмотрено.

Вопросы к экзамену

1. Понятие маркетинга
2. Социальная ориентация маркетинга
3. Концепции маркетинговой деятельности
4. Комплекс маркетинга и его основные элементы
5. Маркетинговая среда организации
6. Система маркетинговой информации
7. Система маркетинговых исследований
8. Достоинства и недостатки первичной и вторичной информации
9. Основные методы сбора информации
10. Типология потребителей
11. Рынок. Конкуренция и основные модели рынка
12. Критерии и методы сегментирования рынка
13. Выбор целевых сегментов на рынке
14. Позиционирование товара на рынке
15. Понятие товара и сущность товарной политики
16. Классификация товаров в маркетинге
17. Жизненный цикл товара и способы его продления
18. Ассортиментная политика предприятия
19. Функции и виды цен
20. Факторы ценообразования на продукцию
21. Задачи и методы ценообразования
22. Ценовые стратегии в маркетинге
23. Организация системы товародвижения
24. Сбытовая политика предприятия
25. Каналы распределения товаров
26. Торговые посредники и их классификация
27. Управление сбытом в условиях рынка
28. Реклама и ее роль в коммуникационной политике
29. Планирование рекламной кампании
30. Прямой маркетинг на рынке
31. Система стимулирования сбыта
32. Основные этапы стратегического планирования
33. Текущее планирование в маркетинге
34. Типы маркетингового контроля
35. Конкурентоспособность товара на рынке
36. Управление качеством продукции
37. Марочная политика
38. Упаковка и маркировка товара
39. Управление маркетингом организации
40. Понятие международного маркетинга и его особенности

6. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Нормативные документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Информационно-правовая система «Консультант-Плюс»
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая от 31.07.98. № 147-ФЗ Часть вторая от 05.08.2000. № 118-ФЗ // Информационно-правовая система «Консультант-Плюс»
3. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ // Информационно-правовая система «Консультант-Плюс»

Основная литература:

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531182>

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512019>

Дополнительная литература:

1. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531483>

2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513628>

Электронные ресурсы:

Исследования РБК - <http://marketing.rbc.ru/>.

Сайт гильдии Маркетологов - <http://www.marketologi.ru>.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Описание материально-технической базы

№п/п	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Специализированная многофункциональная аудитория 2: - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа; - учебная аудитория групповых и индивидуальных консультаций; - учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.	Доступ в Интернет. 1. Стол аудиторный - 22 шт. 2. Стул аудиторный - 42 шт. 3. Тумба – 1 шт. 4. Шкаф со стеклом – 1 шт. 5. Доска аудиторная - 1 шт. 6. Проекционный экран - 1 шт. 7. Проектор Sony VPL-DX140 1 шт. 8. Колонки Genius 2 шт. 9. Персональный компьютер (системный блок, клавиатура, мышь) 1 шт. 10. Рециркулятор бактерицидный – 1 шт. 11. Сплит система LG - 1 шт. 12. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.
2	Специализированная многофункциональная аудитория 4:	Доступ в Интернет. 1. Стол аудиторный - 20 шт.

	<p>- учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа;</p> <p>- групповых и индивидуальных консультаций;</p> <p>- проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.</p>	<p>2. Стул аудиторный - 37 шт.</p> <p>3. Доска аудиторная - 1 шт.</p> <p>4. Шкаф со стеклом – 1 шт.</p> <p>5. Проекционный экран - 1 шт.</p> <p>6. Проектор Beng – 1 шт</p> <p>7. Колонки DEXP 2 шт.</p> <p>8. Персональный компьютер (системный блок, клавиатура, мышь) - 1 шт.</p> <p>9. Рециркулятор бактерицидный – 1 шт.</p> <p>10. Плакаты - 26 шт.</p> <p>11. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.</p>
	<p>Специализированная многофункциональная аудитория 5:</p> <p>- учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа;</p> <p>- групповых и индивидуальных консультаций;</p> <p>- проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.</p>	<p>Доступ в Интернет.</p> <p>1. Стол аудиторный - 19 шт.</p> <p>2. Стул аудиторный - 37 шт.</p> <p>3. Доска аудиторная - 1 шт.</p> <p>4. Шкаф полуоткрытый со стеклом - 1 шт.</p> <p>5. Рециркулятор бактерицидный – 1 шт.</p> <p>6. Проектор BenQ - 1 шт.</p> <p>7. Проекционный экран - 1 шт.</p> <p>8. Персональный компьютер (системный блок, клавиатура, мышка) - 1 шт.</p> <p>9. Колонки DEXP 2 шт.</p> <p>10. Плакаты по экономике – 12 шт.</p> <p>11. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.</p>
	<p>Специализированная многофункциональная аудитория 6:</p> <p>- учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа,</p> <p>- учебная аудитория групповых и индивидуальных консультаций;</p> <p>- учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;</p>	<p>Доступ в Интернет.</p> <p>1. Стол аудиторный - 20 шт.</p> <p>2. Стул аудиторный - 36 шт.</p> <p>3. Доска аудиторная - 1 шт.</p> <p>4. Рециркулятор бактерицидный – 1 шт.</p> <p>5. Проекционный экран - 1 шт.</p> <p>6. Проектор BenQ - 1 шт.</p> <p>7. Персональный компьютер (системный блок, клавиатура, мышь) -1 шт.</p> <p>8. Шкаф полуоткрытый со стеклом -1 шт.</p> <p>9. Колонки DEXP - 2 шт.</p> <p>10. Плакаты - 11 шт.</p> <p>11. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.</p>
	<p>Специализированная многофункциональная аудитория 7:</p> <p>- учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа,</p> <p>- учебная аудитория групповых и индивидуальных консультаций;</p> <p>- учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.</p>	<p>Доступ в Интернет.</p> <p>1. Стол аудиторный - 19 шт.</p> <p>2. Стул аудиторный - 37 шт.</p> <p>3. Доска аудиторная - 1 шт.</p> <p>4. Шкаф полуоткрытый со стеклом – 1шт.</p> <p>5. Шкаф – 1 шт.</p> <p>6. Трибуна – 1 шт.</p> <p>7. Рециркулятор бактерицидный – 1 шт.</p> <p>8. Проекционный экран - 1 шт.</p> <p>9. Проектор BenQ - 1 шт.</p> <p>10. Колонки DEXP - 2 шт.</p> <p>11. Персональный компьютер (системный блок, клавиатура, мышь) - 1 шт.</p> <p>12. Плакаты - 12 шт.</p>

		13. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.
	<p>Специализированная многофункциональная аудитория 8:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, - учебная аудитория групповых и индивидуальных консультаций; - учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. 	<p>Доступ в Интернет.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стол аудиторный - 25 шт. 2. Стул аудиторный - 51 шт. 3. Доска аудиторная - 1 шт. 4. Шкаф полукрытый со стеклом – 1 шт. 5. Шкаф – 1 шт. 6. Трибуна – 1 шт. 7. Рециркулятор бактерицидный – 1 шт. 8. Проекционный экран – 1 шт. 9. Проектор BenQ - 1 шт 10. Колонки DEXP - 2 шт. 11. Персональный компьютер (системный блок, клавиатура, мышь) -1 шт. 12. Плакаты – 13 шт. 13. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.
	<p>Специализированная многофункциональная аудитория 12:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, - учебная аудитория групповых и индивидуальных консультаций; - учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стол аудиторный - 13 шт. 2. Стул аудиторный - 27 шт. 3. Доска передвижная поворотная -1 шт.
	<p>Специализированная многофункциональная аудитория 27:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа; - учебная аудитория групповых и индивидуальных консультаций; - учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. 	<p>Доступ в Интернет.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Столы 18 шт. 2. Стулья 39 шт. 3. Доска аудиторная 1 шт. 4. Проектор Behq 1шт. 5. Персональный компьютер (системный блок, клавиатура/мышь беспроводная) -1 шт. 6. Колонки DEXP R140 1 компл. 7. Сплит система LG - 1 шт. 8. Комплект ОЗК 2 шт; 9. Противогаз ГП -5 2 шт; 10. CPR 168 Комплект тренажер для отработки навыков проведения сердечно-легочной реанимации. 11. Рециркулятор бактерицидный – 1шт. 12. Проекционный экран – 1шт. 13. Набор криминалист – 2 шт. 14. Набор тракт – 1 шт. 15. Комплект плакатов по криминалистике – 1шт. 16. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.
	<p>Специализированная многофункциональная аудитория 28:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учебная аудитория групповых и индивидуальных консультаций; - учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. - учебная аудитория для проведения 	<p>Доступ в Интернет.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Столы - 15 шт. 2. Стулья - 25 шт. 3. Шкаф 3 двери – 1шт. 3. Доска аудиторная - 1 шт. 4. Сплит система LG - 1 шт. 5. Рециркулятор бактерицидный – 1шт. 6. Интерактивная доска ActivBoard

	занятий лекционного и семинарского типа,	PRomethean - 1 шт. 7. Проектор Epson H469B - 1шт. 8. Персональный компьютер (системный блок, клавиатура мышь беспроводная) - 1 шт. 9. Электронный тир. 10. Комплект плакатов по праву 11. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.
	Специализированная многофункциональная аудитория 29: - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа; - учебная аудитория групповых и индивидуальных консультаций; - учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.	Доступ в Интернет. 1. Столы - 9 шт. 2. Столы компьютерные – 11шт. 3. Стулья 28 шт. 4. Шкаф со стеклом – 1 шт. 5. Доска аудиторная 1 6. Проекционный экран – 1шт. 7. Проектор BenQ - 1шт. 8. Колонки DEXP R140 - 1 компл. 9. Персональный компьютер (монитор, системный блок, клавиатура, мышь) - 11 шт. 10. Рециркулятор бактерицидный – 1 шт. 11. Видеокамера – 1 шт. 12. Сплит система LG - 1 шт. 13. Источники бесперебойного питания – 8 шт. 14. Набор лабораторный Механика - 1 комп. 15. методические указания Механика - 1 компл. 16. Набор лабораторный Механика 2 17. Набор лабораторный Оптика 1 18. методические указания Оптика 1 компл. 19. Набор лабораторный Оптика 2 методические указания Оптика 1 компл. 20. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.
	Специализированная многофункциональная аудитория 30: - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа; - групповых и индивидуальных консультаций; - проведения текущего контроля и промежуточной аттестации; - помещение для самостоятельной работы.	Доступ в Интернет. 1. Стол компьютерный - 10 шт. 2. Стол для совещаний - 1 шт. 3. Стул офисный - 18 шт. 4. Шкаф полуоткрытый со стеклом - 1 шт. 5. Шкаф металлический 12 ячеек - 1 шт. 6. Персональный компьютер (монитор, системный блок, клавиатура) - 10 шт. 7. Интерактивная доска Triumph Board - 1 шт 8. Доска аудиторная - 1 шт. 9. Рециркулятор бактерицидный – 1 шт. 10. Видеокамера – 1 шт. 11. Сплит система LG - 1 шт. 12. Источники бесперебойного питания – 10 шт. 13. Мультимедиа-проектор Mitsubishi XD500U DLP 200Lm XGA 2000:1 - 1 шт. 14. Колонки DEXP R140 - 1 компл. 15. Учебный комплект Инженерная графика 8. Виды резьб Инграф-8 16. Учебный комплект Инженерная

		<p>графика 11. Цилиндрические детали с вырезами Инграф 11.</p> <p>17. Комплект учебных плакатов по начертательной геометрии и инженерной графике на полимерной основе (25 шт) Плакат-полимер- Инграф-25.</p> <p>18. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.</p>
	<p>Специализированная многофункциональная аудитория 31:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа; - групповых и индивидуальных консультаций; - проведения текущего контроля и промежуточной аттестации; - помещение для самостоятельной работы. 	<p>Доступ в Интернет.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Столы - 15 шт. 2. Стулья офисные - 19 шт. 3. Персональные компьютеры (монитор, системный блок, клавиатура, мышь) – 11 шт. 4. Источник бесперебойного питания -10 шт. 5. Проекционный экран – 1шт. 6. Проектор BenQ - 1шт. 7. Принтер HP LaserJet MFP 135a – 7 шт. 8. Рециркулятор бактерицидный – 1 шт. 9. Видеокамера – 2 шт. 10. Сплит система LG - 1 шт. 11. Колонки – 1 копл. 12. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.
Помещения для самостоятельной работы**		
	<p>аудитория 1(библиотека)</p> <p>Помещение для самостоятельной работы с доступом к сети «Интернет» и электронной информационно-образовательной среде организации.</p>	<p>Доступ в Интернет.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Библиотечные стеллажи "Ангстрем" 2. Картотека ПРАКТИК -06 шкаф 6 секционный А5 и А 6, 553*631*1327, разделители продольный 3. Шкаф полуоткрытый со стеклом - 4 шт. 4. Кресло "Престиж" – 5 шт. 5. Стул аудиторный - 17 шт. 6. Стол для совещаний - 1 шт. 5. стол компьютерный – 5шт. 7. Кондиционер 18. Телевизор Supra - 1 General ASG 18 R/U 8. Копир SHARP AR 5625 (копир/принтер с дуплексом, без тонера, деволпера) формат А3. 9. Копировальный аппарат MITA KM 1620 10. Дубликатор Duplo DP 205A (с интерфейсом) 11. Персональный компьютер – 6 шт. 12. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.
	<p>Специализированная многофункциональная аудитория 1:</p> <p>Помещения для самостоятельной работы с доступом к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде организации</p> <ul style="list-style-type: none"> - курсового проектирования (выполнения курсовых работ); 	<p>Доступ в Интернет.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Библиотечные стеллажи "Ангстрем" 2. Картотека ПРАКТИК -06 шкаф 6 секционный А5 и А 6, 553*631*1327, разделители продольный 3. Шкаф полуоткрытый со стеклом - 4 шт. 4. Кресло "Престиж" – 5 шт. 5. Стул аудиторный - 17 шт. 6. Стол для совещаний - 1 шт. 5. стол компьютерный – 5шт. 7. Кондиционер

		<p>18. Телевизор Supra - 1 General ASG 18 R/U</p> <p>8. Копир SHARP AR 5625 (копир/принтер с дуплексом, без тонера, деволпера) формат А3.</p> <p>9. Копировальный аппарат MITA KM 1620</p> <p>10. Дубликатор Duplo DP 205A (с интерфейсом)</p> <p>11. Персональный компьютер – 6 шт.</p> <p>12. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.</p>
	<p>Специализированная многофункциональная аудитория 30:</p> <ul style="list-style-type: none"> - лаборатория информационных технологий; - лаборатория инженерной и компьютерной графики; - лаборатория экономики менеджмента; - курсового проектирования (выполнения курсовых работ); <p>Помещения для самостоятельной работы с доступом к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде организации</p>	<p>Доступ в Интернет.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стол компьютерный - 10 шт. 2. Стол для совещаний - 1 шт. 3. Стул офисный - 18 шт. 4. Шкаф полуоткрытый со стеклом - 1 шт. 5. Шкаф металлический 12 ячеек - 1 шт. <p>6. Персональный компьютер (монитор, системный блок, клавиатура) - 10 шт.</p> <p>7. Интерактивная доска Triumph Board - 1 шт</p> <p>8. Доска аудиторная - 1 шт.</p> <p>9. Рециркулятор бактерицидный – 1 шт.</p> <p>10. Видеокамера – 1 шт.</p> <p>11. Сплит система LG - 1 шт.</p> <p>12. Источники бесперебойного питания – 10 шт.</p> <p>13. Мультимедиа-проектор Mitsubishi XD500U DLP 200Lm XGA 2000:1 - 1 шт.</p> <p>14. Колонки DEXP R140 - 1 компл.</p> <p>15. Учебный комплект Инженерная графика 8. Виды резьб Инграф-8</p> <p>16. Учебный комплект Инженерная графика 11. Цилиндрические детали с вырезами Инграф 11.</p> <p>17. Комплект учебных плакатов по начертательной геометрии и инженерной графике на полимерной основе (25 шт) Плакат-полимер- Инграф-25.</p> <p>18. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.</p>
	<p>Специализированная многофункциональная аудитория 31:</p> <ul style="list-style-type: none"> - лаборатория информационных технологий; - лаборатория экономики менеджмента; - курсового проектирования (выполнения курсовых работ); <p>Помещения для самостоятельной работы с доступом к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде организации</p>	<p>Доступ в Интернет.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Столы - 15 шт. 2. Стулья офисные - 19 шт. 3. Персональные компьютеры (монитор, системный блок, клавиатура, мышь) – 11 шт. 4. Источник бесперебойного питания -10 шт. 5. Проекционный экран – 1шт. 6. Проектор BenQ - 1шт. <p>7. Принтер HP LaserJet MFP 135a – 7 шт.</p> <p>8. Рециркулятор бактерицидный – 1 шт.</p> <p>9. Видеокамера – 2 шт.</p> <p>10. Сплит система LG - 1 шт.</p> <p>11. Колонки – 1 компл.</p>

		12. Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.
--	--	---

Лист актуализации рабочей программы дисциплины

«_Б1.Б.20 «Маркетинг»_»

шифр по учебному плану, наименование

для подготовки бакалавров

Направление: (шифр – название)_38.03.02 Менеджмент

Профиль: Управление предприятием и человеческими ресурсами


Год начала подготовки: __2020

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1) _ п.7. Перечень основной, дополнительной учебной литературы и учебно-методической литературы для самостоятельной работы обучающихся, необходимой для освоения дисциплины;
- 2) _ п.10 Материально-техническое обеспечение дисциплины;

Разработчик (и):старший преподаватель Куцева Е.Э.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры протокол №10 от «30» июня 2023 _г.

И.о. заведующий кафедрой: __Лапыгина С.А., к.э.н. /  (подпись)
(ФИО, ученая степень, ученое звание)