



1920

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

филиал Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего профессионального образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
в г. Новороссийске

Кафедра информатики и математики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по работе с филиалами
ФГБОУ ВПО «Кубанский
государственный университет»
 А.А.Евдокимов

«23» 12 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.20 МАРКЕТИНГ

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль): Финансы и кредит

Программа подготовки: академическая

Форма обучения: очная

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Краснодар 2015

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1327 от 12 ноября 2015 года.

Программу составил(и):

И.Г.Рзун, доцент канд.физ.-мат.наук

Е.Ю. Маслова, преподаватель

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры информатики и математики
протокол № 1 от 31.08.2015 г.

Заведующий кафедрой (разработчика) Рзун И.Г

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры информатики и математики
протокол № 1 от 31.08.2015 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) Рзун И.Г.

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии филиала по УГСН 38.00.00 «Экономика и управление»
протокол № 1 27.08.2015 г.

Председатель УМК

О.С. Хлусова

Рецензенты:

Директор ООО «ИВС» Индейкина В.С.

Директор ООО «СТАР» Личман Т.Л.

Содержание рабочей программы дисциплины

- 1 Цели и задачи изучения дисциплины.
 - 1.1 Цель освоения дисциплины
 - 1.2 Задачи дисциплины.
- 1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы
 - 1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
2. Структура и содержание дисциплины.
 - 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.
 - 2.2 Структура дисциплины
 - 2.3 Содержание разделов дисциплины
 - 2.3.1 Занятия лекционного типа.
 - 2.3.2 Занятия семинарского типа.
 - 2.3.3 Лабораторные занятия.
 - 2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
3. Образовательные технологии.
4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.
 - 4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.
 - 4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.
5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - 5.1 Основная литература
 - 5.2 Дополнительная литература
 - 5.3. Периодические издания:
6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины
7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине
 - 8.1 Перечень информационных технологий.
 - 8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.
 - 8.3 Перечень информационных справочных систем
9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1 Цели и задачи изучения дисциплины.

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цели изучения дисциплины Б1.Б.20 «Маркетинг» определены государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования и соотнесены с общими целями ООП ВО по направлению подготовки «Экономика», в рамках которой преподается дисциплина.

Цель курса – изучение студентами основных теорий, концепций и ключевых проблем современного маркетинга, а также выработка базовых навыков принятия и реализации управленческих решений в сфере маркетинга.

1.2 Задачи дисциплины.

Задачи изучения дисциплины вытекают из требований к результатам освоения и условиям реализации основной образовательной программы и компетенций, установленных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению «Экономика».

В ходе изучения дисциплины ставятся задачи:

- изучить теоретические основы, важнейшие понятия, принципы организации системы эффективного маркетинга;
- овладеть практическими навыками решения типовых задач маркетинга организации;
- овладения навыками практической работы по анализу механизма улучшения сбыта продукции организации.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг» относится к дисциплинам базового цикла Б1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Для ее изучения студент должен обладать системными входными знаниями по дисциплинам «Общая экономическая теория», «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Микроэкономика», «Менеджмент».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-7, ПК-8.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической	- принципы использования современных информационных технологий и инструментальных средств для решения	- формулировать требования и принимать обоснованные решения по выбору аппаратно-	- методами решения экономических задач с помощью специализированных программных

№ п.п.	Индекс компете нции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	различных задач в своей профессиональной деятельности	программных средств для рационального решения задач, связанных с получением и преобразованием информации; - использовать в профессиональной деятельности сетевые средства поиска и обмена информацией.	продуктов; - навыками автоматизации решения экономических задач;
2.	ОПК-2	способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	- основные понятия, категории и инструменты прикладных экономических дисциплин; - принципы расчета и анализа показателей деятельности экономического субъекта;	- рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы важнейшие экономические и социально-экономические показатели; - осуществлять продуктивный поиск информации в соответствии с условиями полученного задания.	- современными методами сбора, обработки и анализа экономической информации; - представлениям и о правилах формирования показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности как информационной базы для проведения анализа
3.	ОПК-3	способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	- возможности применения компьютерных программ для расчета экономических показателей; - основные направления и методы экономического анализа деятельности организации; - показатели оценки	- осуществлять выбор общих методов исследования (индукция, дедукция, синтез, анализ); - проводить ретроспективный анализ важнейших показателей деятельности организации и их прогноз; - оценивать	- приемами отбора инструментальных средств для обработки экономической информации в соответствии с поставленными задачами; - методами проведения экономического анализа на любых уровнях организации

№ п.п.	Индекс компете нции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			эффективности деятельности коммерческой организации в разрезе важнейших направлений (текущей, инвестиционной и финансовой) и резервы ее повышения-	эффективность использования имущества и капитала организации; - обобщать результаты анализа и делать выводы и заключения по результатам его проведения.	производства, труда и управления; - навыками подготовки информационно го обеспечения проведения комплексного анализа деятельности организации; - навыками формирования прогнозного бюджета движения денежных средств организации
4.	ОПК-4	способность находить организационно- управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	- современные отечественные и зарубежные приемы и методы экономического анализа; - систему экономической информации, необходимой для проведения экономического анализа и принятия управленческих решений;	- собирать, обобщать и представлять в наглядной форме и сопоставимом виде экономическую информацию; - принимать на основе числовой и текстовой информации обоснованные экономические решения в сфере текущей деятельности и стратегического управления организацией. - сопоставлять различные показатели результатов деятельности организации за исследуемый период; - оценить степень	- методами и приемами современного экономического анализа; - навыками экономического обоснования принимаемых управленческих решений;

№ п.п.	Индекс компете нции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
				отклонения показателей результатов деятельности организации за исследуемый период и выявить факторы, вызвавшие эти отклонения; - решать на примере конкретных ситуаций проблемы оценки эффективности производства, сбыта и управления затратами с помощью системы смет и бюджетировани я; - прогнозировать результативнос ть принимаемых управленческих решений.	
5.	ПК-1	способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	- систему показателей маркетинговой информации; - сущность современных способов и методов экономического анализа деятельности экономического субъекта;	- использовать необходимые для проведения расчетов источники финансовой и управленческой информации; - проанализирова ть данные, характеризующ ие обеспеченность экономического субъекта финансовыми, материальными , трудовыми	- навыками сбора и обработки информации для проведения анализа; - приемами систематизации экономических и социально-экономических показателей, характеризующ их деятельность экономических субъектов; - типовой методикой расчета

№ п.п.	Индекс компете нции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
				ресурсами и уровня эффективности их использования;	показателей эффективности использования хозяйствующим субъектом финансовых, материальных и трудовых ресурсов; - методами проведения экономического и финансового анализа деятельности организации; - навыками подготовки аналитического заключения
6.	ПК-7	способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	- информационные источники для проведения анализа и предъявляемые к ним требования; - основы построения, расчета и анализа современной системы экономических показателей, характеризующи х деятельность коммерческой организации;	- выбирать адекватные целям и задачам анализа источники экономической информации; - осуществлять поиск, классификацию и первичную обработку информации в соответствии с поставленной целью; - применять на практике методы и методики экономического и финансового анализа; - грамотно интерпретирова ть динамику экономических и социально- экономических показателей; - применять методы	- современными методами оценки социально- экономической информации; - навыками поиска и адаптации социально- экономической информации по заданной проблеме из отечественных и международных источников; - методологией экономического исследования; - навыками публичной презентации информационно -аналитических материалов и полемики по ним.

№ п.п.	Индекс компете нции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
				финансовых вычислений для подготовки информационн ых и аналитических отчетов; - формировать информационн ые обзоры по заданной экономической проблематике;	
7.	ПК-8	способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии	- принципы использования современных информационных технологий и инструментальны х средств для решения различных задач в своей профессиональн ой деятельности;	- работать с программными продуктами общего назначения, соответствующ им требованиям, предъявляемым профессиональ ными стандартами; - работать в локальных и глобальных компьютерных сетях, использовать в профессиональ ной деятельности сетевые средства поиска и обмена информацией; - интерпретирова ть и использовать результаты обработки информации экономико- ориентированн ыми программными продуктами	- навыками практической работы со специализирова нными программными средствами, используемыми в профессиональ ной деятельности экономиста;

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. (144 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Таблица 1 -Вид промежуточной аттестации–экзаменб семестр.

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			6			
Контактная работа, в том числе:		77,3	77,3			
Аудиторные занятия (всего):		72,3	72,3			
Занятия лекционного типа		36	36		-	-
Лабораторные занятия		-	-		-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		36	36		-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3	0,3			
Иная контактная работа:		5	5			
Контроль самостоятельной работы (КСР)		5	5			
Самостоятельная работа, в том числе:		40	40			
<i>Курсовая работа</i>		-	-		-	-
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>		15	15		-	-
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>		15	15		-	-
<i>Реферат</i>		10	10		-	-
Подготовка к текущему контролю					-	-
Контроль:		26,7	26,7			
Подготовка к экзамену		26,7	26,7			
Общая трудоемкость	час.	144	144		-	-
	в том числе контактная работа	77,3	77,3			
	зач. ед	4	4			

Курсовые не предусмотрены.

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре (*очная форма*).

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины (для студентов очной формы)

Таблица 2

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Контактная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Роль маркетинга в экономическом развитии страны.	37	12	12		13
2.	Формирование товарной политики и рыночной стратегии	38	12	12		14

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Контактная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
3.	Организация маркетинговой службы	37	12	12		13
	Итого по дисциплине	112	36	36		40
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Иная контактная работа:	5				
	Контроль:	26,7				
	<i>Всего:</i>	144	36	36		40

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СР – самостоятельная работа обучающегося

2.3 Содержание разделов дисциплины:

Таблица 4.

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля	Разработано с участием представителей работодателей
Раздел 1 ОПК-3; ОПК-2; ОПК-1; ОПК-4; ПК-8; ПК-7; ПК-1	Роль маркетинга в экономическом развитии страны.	Тема 1. Понятие и организация маркетинга. Тема 2. Маркетинговая среда фирмы Тема 3. Спрос как объект маркетинга.	(Р) (Т)	
Раздел 2 ОПК-3; ОПК-2; ОПК-1; ОПК-4; ПК-8; ПК-7; ПК-1	Формирование товарной политики и рыночной стратегии	Тема 4. Сегментация рынка. Тема 5. Стратегический маркетинг Тема 6. Ценовой маркетинг. Разработка ценовой политики.	(Т)	ПАО «Магнит»
Раздел 3 ОПК-3; ОПК-2; ОПК-1; ОПК-4; ПК-8; ПК-7; ПК-1	Организация маркетинговой службы	Тема 7. Сбытовой маркетинг Формирование спроса и стимулирование сбыта. Тема 8. Маркетинговые коммуникации. Тема 9. Маркетинговые исследования. Организация и контроль деятельности маркетинговой службы	(Р) (Т)	

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Роль маркетинга в экономическом развитии страны.	Тема 1. Понятие и организация маркетинга. Тема 2. Маркетинговая среда фирмы Тема 3. Спрос как объект маркетинга.	написание реферата (Р) тестирование (Т)
2.	Формирование товарной политики и рыночной стратегии	Тема 4. Сегментация рынка. Тема 5. Стратегический маркетинг Тема 6. Ценовой маркетинг. Разработка ценовой политики.	тестирование (Т)
3.	Организация маркетинговой службы	Тема 7. Сбытовой маркетинг Формирование спроса и стимулирование сбыта. Тема 8. Маркетинговые коммуникации. Тема 9. Маркетинговые исследования. Организация и контроль деятельности маркетинговой службы	написание реферата (Р) тестирование (Т)

2.3.2 Занятия семинарского (практического) типа.

На основе лекционного материала, изучения основной и дополнительной научной литературы бакалавры продолжают изучение дисциплины на практических занятиях. Основная цель этих занятий состоит в углубленном изучении наиболее значимых разделов курса, приобретении практических навыков анализа конкретных социально-экономических явлений и процессов, выявлении имеющихся проблем, обосновании возможных путей их решения. Практические занятия позволяют закрепить полученные на лекциях и при чтении учебной и научной литературы знания. Используются различные формы организации практических занятий: решение задач, представление рефератов в интерактивной форме, тестирование.

№	Наименование практического занятия	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Роль маркетинга в экономическом развитии страны.	Дискуссия: Этапы эволюции маркетинга, причины и следствия. Эссе: Какие факторы влияют на спрос. Опрос
2.	Формирование товарной политики и рыночной стратегии	Опрос, практическое задание: анализ ценовой политики выбранной компании, тест, решение задач
3.	Организация маркетинговой службы	Опрос, практическое задание: разработать критерии оценки эффективности службы

		маркетинга Сообщение: Основные принципы организации маркетинговой службы в компании
--	--	---

2.3.3 Лабораторные занятия.

Занятия лабораторного типа не предусмотрены.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При изучении дисциплины «Маркетинг» обязательными являются следующие формы самостоятельной работы:

- проработка учебного (теоретического) материала;
- выполнение индивидуальных заданий (решение задач по темам занятий; выполнение домашней контрольной работы; подготовка сообщений, презентаций);
- подготовка рефератов.

Таблица – Методическое обеспечение самостоятельной работы.

№	Вид СР	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	проработка учебного (теоретического) материала	1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02621-4. ЭБС. URL: https://biblio-online.ru/viewer/4EA93B24-7C8E-4775-B4FC-3D2BA2442977#page/1 2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 559 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05818-5. ЭБС. URL https://biblio-online.ru/viewer/71099071-D5A5-45E1-AF37-8A97A60905AA#page/1 3. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 474 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. ЭБС. URL https://biblio-online.ru/viewer/EEAFDA8F-8DEE-4A8B-9034-9112900EC1B4#page/1
2	выполнение индивидуальных заданий (решение задач по темам	1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. — (Серия :

	занятий; выполнение домашней контрольной работы; подготовка сообщений, презентаций)	Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02621-4. ЭБС. URL: https://biblio-online.ru/viewer/4EA93B24-7C8E-4775-B4FC-3D2BA2442977#page/1 2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 559 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05818-5. ЭБС. URL https://biblio-online.ru/viewer/71099071-D5A5-45E1-AF37-8A97A60905AA#page/1 3. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 474 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. ЭБС. URL https://biblio-online.ru/viewer/EEAFDA8F-8DEE-4A8B-9034-9112900EC1B4#page/1
3	подготовка рефератов	1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02621-4. ЭБС. URL: https://biblio-online.ru/viewer/4EA93B24-7C8E-4775-B4FC-3D2BA2442977#page/1 2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 559 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05818-5. ЭБС. URL https://biblio-online.ru/viewer/71099071-D5A5-45E1-AF37-8A97A60905AA#page/1 3. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 474 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. ЭБС. URL https://biblio-online.ru/viewer/EEAFDA8F-8DEE-4A8B-9034-9112900EC1B4#page/1

Тематика самостоятельных работ.

Темы рефератов:

Раздел 1. Какие факторы влияют на спрос

Раздел 3. Основные принципы организации маркетинговой службы в компании.

Эффективность рекламы на разных стадиях жизненного цикла товара

Примеры задач для самостоятельного решения

Задание № 1.1

Три фирмы продвигали свой товар на рынок. Первая фирма, благодаря своему уникальному товару, оказалась монополистом. Вторая фирма действовала в условиях конкуренции, но товар, продвигаемый на рынок большой емкости, пользовался значительным спросом и беспрепятственно продавался. Третья фирма попала в условия ожесточенной конкуренции на рынке покупателя.

В какой степени нужна маркетинговая служба на этих фирмах, и какие функции маркетинг мог бы выполнять на каждой из фирм?

Задание № 1.2

Частный предприниматель купил двухэтажный магазин с обязательным условием сохранения профиля магазина.

На первом этаже расположен продуктовый отдел: хлеб, мясо, рыба, вино, молоко, овощи-фрукты, кулинария.

Второй этаж отдан под универмаг: ткани, парфюмерия, женская и мужская одежда, обувь, белье.

Магазин находится в кризисе: низкий оборот капитала, узкий ассортимент, неквалифицированный персонал.

Что необходимо предпринять для выхода из кризиса?

Задание № 1.3

На какой концепции маркетинга основана деятельность следующих фирм?

1. Фирма занимается производством экипировки и снаряжения для охоты, рыбалки и туризма. Разработку новых моделей фирма осуществляет, основываясь на требованиях рынка.

2. Фирма производит канцелярские товары без изучения спроса на данном рынке, ориентируясь на агрессивные формы продвижения.

3. Строительная фирма занимается реставрацией фасадов особняков в центре города. На работу нанимаются только те рабочие, которые имеют прописку в данном городе.

4. Мебельная фабрика производит недорогую практичную мебель не лучшего качества, однако продукция фирмы широко представлена в торговой сети.

5. Компания занимается производством теле- и видеоаппаратуры, постоянно совершенствуя свой товар. Менеджмент фирмы думает только о совершенствовании товарной политики, а не о спросе на него.

Задание № 1.4

Назовите 5 наиболее важных факторов, способствующих внедрению на фирме комплексного маркетинга.

№ п/п	1. Факторы	Комментарий
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Задание № 1.5

Назовите 5 отличий маркетинга крупных и мелких компаний.

Отличительная черта	Крупная компания	Мелкая компания

Согласно письма Министерства образования и науки РФ № МОН-25486 от 21.06.2017г «О разработке адаптированных образовательных программ» -Разработка адаптивной программы необходима в случае наличия в образовательной организации хотя бы одного обучающегося с ограниченными возможностями здоровья.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

С точки зрения применяемых методов используются как традиционные информационно-объяснительные лекции, так и подача материала с мультимедийной системой. Компьютерные технологии в данном случае обеспечивают возможность разнопланового отображения алгоритмов и демонстрационного материала. Такое сочетание позволяет оптимально использовать отведенное время и раскрывать логику и содержание дисциплины.

Лекции представляют собой систематические обзоры основных аспектов дисциплины.

Практические занятия позволяет научить применять теоретические знания при решении и исследовании конкретных задач. Подход разбора конкретных ситуаций широко используется как преподавателем, так и студентами при проведении анализа результатов самостоятельной работы. Это обусловлено тем, что в процессе исследования часто встречаются задачи, для которых единых подходов не существует. Каждая конкретная задача при своем исследовании имеет множество подходов, а это требует разбора и оценки целой совокупности конкретных ситуаций.

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности бакалавров для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций.

Использование метода «кейс-стади» особенно ценно при изучении тех разделов учебных дисциплин, где необходимо осуществить сравнительный анализ, и где нет однозначного ответа на поставленный вопрос, а имеется несколько научных подходов, взглядов, точек зрения. Результатом использования «кейс-стади» являются не только полученные знания, но и сформированные навыки профессиональной деятельности, профессионально-значимых качества личности.

Проблемная лекция - на этой лекции новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. При этом процесс познания студентов в сотрудничестве и

диалоге с преподавателем приближается к исследовательской деятельности. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения. Проблемная лекция начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить. Проблемные вопросы отличаются от не проблемных тем, что скрытая в них проблема требует не однотипного решения, то есть, готовой схемы решения в прошлом опыте нет. Лекция строится таким образом, чтобы обусловить появление вопроса в сознании студента. Учебный материал представляется в форме учебной проблемы. Она имеет логическую форму познавательной задачи, отмечающей некоторые противоречия в ее условиях и завершающейся вопросами, которые это противоречие объективирует. Проблемная ситуация возникает после обнаружения противоречий в исходных данных учебной проблемы. Для проблемного изложения отбираются важнейшие разделы курса, которые составляют основное концептуальное содержание учебной дисциплины, являются наиболее важными для профессиональной деятельности и наиболее сложными для усвоения слушателей. Учебные проблемы должны быть доступными по своей трудности для слушателей.

Лекция – визуализация. Данный вид лекции является результатом нового использования принципа наглядности. Подготовка данной лекции преподавателем состоит в том, чтобы изменить, переконструировать учебную информацию по теме лекционного занятия в визуальную форму для представления студентам через технические средства обучения или вручную (схемы, рисунки, чертежи и т.п.). Чтение лекции сводится к связному, развернутому комментированию преподавателем подготовленных наглядных материалов, полностью раскрывающему тему данной лекции. Лучше всего использовать разные виды визуализации - натуральные, изобразительные, символические, - каждый из которых или их сочетание выбирается в зависимости от содержания учебного материала. Этот вид лекции лучше всего использовать на этапе введения слушателей в новый раздел, тему, дисциплину.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

В качестве оценочных средств программой дисциплины предусматривается:

- текущий контроль (контрольная работа) ;
- промежуточная аттестация (экзамен)

Фонд оценочных средств дисциплины состоит из средств текущего контроля выполнения заданий и средств для промежуточной аттестации:

- контрольные работы;
- тесты и задачи по каждому разделу;
- рефераты.

Эти средства содержат перечень:

- вопросов, ответы на которые дают возможность студенту продемонстрировать, а преподавателю оценить степень усвоения теоретических и фактических знаний на уровне знакомства;

- заданий, позволяющих оценить приобретенные студентами практические умения на репродуктивном уровне.

Входной и выходной контроль знаний осуществляется в форме тестирования. Предусмотрено прохождение централизованного федерального тестирования остаточных знаний по дисциплине. Оценка успеваемости бакалавров осуществляется по результатам:

- самостоятельного выполнения контрольной работы,
- взаимного рецензирования бакалаврами работ друг друга,
- анализа подготовленных бакалаврами рефератов,
- устного опроса при сдаче выполненных индивидуальных заданий для выявления знания и понимания теоретического материала дисциплины.

4.2. Требования к зачету/экзамену

- Иметь целостное представление о маркетинге и его роли в деятельности предприятия.

Знать:

- основные понятия, категории и инструменты прикладных экономических дисциплин (маркетинга);
- основные направления и методы экономического анализа маркетинговой деятельности организации;
- основные приемы и методы маркетинга.

Уметь:

- собирать, обобщать и представлять в наглядной форме и сопоставимом виде экономическую информацию;
- сопоставлять различные показатели результатов деятельности организации за исследуемый период
- рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели;
- собрать и систематизировать данные, характеризующие обеспеченность экономического субъекта финансовыми, материальными и трудовыми ресурсами
- выбирать адекватные целям и задачам анализа источники экономической информации.

Владеть:

- методами проведения экономического анализа на любых уровнях организации

производства, труда и управления;

- приемами систематизации экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность экономических субъектов;
- типовой методикой расчета показателей эффективности использования хозяйствующим субъектом финансовых, материальных и трудовых ресурсов;
- навыками автоматизации процессов решения экономических задач.

Вопросы к экзамену.

1. Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга. Роль и значение маркетинга в деятельности предприятия.
2. Эволюция маркетинга. Основные концепции маркетинга.
3. Основные принципы и функции маркетинга.
4. Методология маркетинга.
5. Основные элементы комплекса маркетинга, их краткая характеристика.
6. Понятие рынка, его основные характеристики. Рынок продавца и рынок покупателя.
7. Стратегия целевого маркетинга, основные элементы.
8. Понятие и цели сегментирования. Признаки сегментирования. Критерии оценки сегмента.
9. Типовые стратегии охвата рынка. Преимущества и недостатки различных стратегий.
10. Позиционирования товара.
11. Товар в маркетинге. Этапы жизненного цикла товара. Стратегия маркетинга на каждом этапе ЖЦТ.
12. Понятие нового товара в маркетинге. Причины неудач новых товаров при введении на рынок.
13. Товарный ассортимент, его характеристики и принципы формирования.
14. Рыночная атрибутика товара (товарный знак, упаковка, маркировка).
15. Конкурентоспособность товара и ее оценка.
16. Цена продажи в маркетинге, ее задачи. Факторы ценообразования и их характеристика.
17. Стратегии ценообразования в маркетинге.
18. Роль и значение сбытовой политики в деятельности предприятия.
19. Каналы сбыта и оптимизация их выбора. Роль и значение посреднических структур в системе распределения.
20. Маркетинговые коммуникации и их роль в продвижении товара на рынок. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций, основные направления рекламной деятельности.
21. Реклама: цели, задачи, виды, эффективность.
22. "Паблик рилейшнз". Формирование имиджа фирмы, цели и функции. Основные виды деятельности по формированию общественного мнения.
23. Основные средства рекламы, их краткая характеристика, преимущества и недостатки.
24. Стимулирование сбыта в деятельности предприятия, задачи и методы.
25. Классификация потребительских товаров. Классификация товаров производственно-технического назначения.
26. Оценка конкурентоспособности товара.
27. Классификация планов маркетинга по продолжительности, охвату и методу разработки.

28. Маркетинговое управление: функциональная структура. Товарно-функциональная структура управления. Рыночно - функциональная структура управления. Товарно-рыночная структура управления. Управление по проекту в маркетинге.
29. Методы полевых исследований.
30. Опрос. Требования к составлению анкет.
31. Основные направления маркетинговых исследований.
32. Основные характеристики внешней макросреды маркетинга.
33. Социально – этический маркетинг.
34. Основные принципы и методы маркетинга.
35. Основные функции маркетинга.
36. Информационное обеспечение маркетинга. Виды информации..
37. Стратегия и система маркетинга; их особенности в России.
38. Проблематика рыночного исследования и требования к его проведению.
39. Классификация товарных рынков и рыночная доля.
40. Оценка конъюнктуры рынка.
41. Определение емкости рынка.
42. Структура и уровни сегментирования рынка. Порядок проведения сегментирования рынка. Сегментирование потребительского рынка. Сегментирование рынка товаров производственного назначения.
43. Оценка и выбор целевых рынков. Разработка стратегии позиционирования товара на рынке.
44. Новый товар. Понятие инновации. Основные этапы разработки новых товаров. Жизненный цикл товара.
45. Конкурентоспособность товара и ее оценка.
46. Виды цен. Ценовая политика и структура рынка. Маркетинговые стратегии цен. Методы ценообразования.
47. Контроль над осуществлением маркетинговых мероприятий
48. Маркетинг в системе контроллинга.
49. Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия;
50. Продвижение товара и маркетинговые коммуникации.
51. Планирование рекламной кампании.
52. Исследование эффективности рекламы на разных стадиях жизненного цикла товара.
53. Стимулирование сбыта: методы
54. Прямой маркетинг
55. Международный маркетинг. Понятие, сущность, цели, особенности.
56. Специфика маркетинговой деятельности российских предприятий на внешних рынках.

Образцы промежуточных и итоговых контрольных работ

Образец Контрольных работ.

Требование: Контрольная работа (может использоваться для самостоятельной работы) оформляется в программе Word по заданным индивидуальным условиям форматирования.

Примерная тематика контрольных работ

- 1) Реализация двуединого подхода маркетинга в России.
- 2) Аналитическая функция маркетинга и ее реализация в России.
- 3) Классификация контрагентов рынка. Примеры классификации российских рынков.
- 4) Основные направления маркетинговых исследований в России.

- 5) Особенности получения вторичной маркетинговой информации в России.
- 6) Содержание и основные направления маркетинговой деятельности предприятия (на примере конкретного предприятия).
- 7) Конкурентоспособность российских товаров.
- 8) Сегментация рынка: теория и практика.
- 9) Позиционирование товара на российском рынке (на примере конкретного предприятия).
- 10) Оптовая торговля в России: особенности маркетинга.
- 11) Розничная торговля в России: особенности маркетинга.
- 12) Особенности реализации прямого маркетинга в России.
- 13) Система стимулирования сбыта: теория и практика.
- 14) Товарная реклама в России.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1 Основная литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг : учебник / И.Л. Акулич. - 8-е изд., перераб. и доп. - Минск : Вышэйшая школа, 2014. - 545 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-985-06-2539-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450394>

2. Даеничева, В.А. Маркетинг : учебное пособие / В.А. Даеничева, А.В. Костенко ; Российский государственный социальный университет. Филиал в г. Люберцы. - Москва : Издательство РГСУ, 2012. - 202 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-7139-1027-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=440952>

5.2 Дополнительная литература:

1. Управление маркетингом : учебное пособие / ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2012. - 464 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00883-X ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450247>

2. Савчук, Г.А. Управление маркетингом на предприятии / Г.А. Савчук, Ю.В. Мокерова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 117 с. : ил - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7996-1267-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276466>

3. Резник, И. Банковский маркетинг : учебное пособие / И. Резник ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет», Кафедра банковского дела и страхования. - Оренбург : ОГУ, 2014. - 97 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259312>

4. Галицкий, Ефим Борисович. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст] : учебник для вузов : учебник для студентов, обучающихся по направлению "Экономика", "Менеджмент", "Бизнес-информатика" и специальности "Логистика" / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая ; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 570 с. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Библиогр.: с. 568-570 10

5. Тюрин, Дмитрий Валерьевич. Маркетинговые исследования. Организация и проведение в компании [Текст] : учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Д. В. Тюрин ; Высшая школа экономики ; Национальный исслед. ин-т. - Москва : Юрайт, 2013. - 340 с. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Библиогр.: с. 314-316. 10

6. Основы маркетинга [Текст] : [учебник] / Филип Котлер, Гари Армстронг, Вероника Вонг, Джон Сондерс ; [пер. с англ. А. Н. Назаренко, А. Н. Свирид ; по ред. А. В. Назаренко]. - 5-е европейское изд. - М. [и др.] : Вильямс, 2012. - 751 с. : ил. - Библиогр. в конце глав. 6

7. Маркетинг : общий курс [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / [А. Я. Якобсон и др.] ; под ред. Н. Я. Калужновой, А. Я. Якобсона. - 5-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2011. - 476 с. - (Высшее экономическое образование). 10
8. Годин, Александр Михайлович. Маркетинг [Текст] : учебник для студентов вузов / А. М. Годин. - 8-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К°, 2010. - 672 с. - Библиогр.: с. 667-672 10
9. Маслова, Татьяна Дмитриевна. Маркетинг [Текст] : учебник для студентов вузов / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. - 3-е изд., доп. и перераб. - СПб. [и др.] : Питер, 2009. - 380 с. - (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 377-380 5

5.3. Периодические издания:

1. "Финансовый менеджмент"/Научный журнал/Периодичность – 6 раз в год
сайт: <https://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1268662>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Российское образование, федеральный портал [Официальный сайт] — URL: <http://www.edu.ru>
2. Образовательный портал «Учеба» [Официальный сайт] URL: <http://www.ucheba.com/>
3. Портал «Российское образование» [Официальный сайт] URL: <http://www.edu.ru/>
4. Единое окно доступа к образовательным ресурсам «Единое окно» [Официальный сайт] URL: <http://window.edu.ru/>
5. Федеральная университетская компьютерная сеть России [Официальный сайт] URL: <http://www.runnet.ru/>
6. Служба тематических толковых словарей [Официальный сайт] URL: <http://www.glossary.ru/>
7. Образовательный портал [Официальный сайт] URL: «Академик» <http://dic.academic.ru/>
8. WebofSciense (архив с 2002 года) рефераты [Официальный сайт] URL: <http://webofknowledge.com>.
9. Лекториум "(Минобрнауки РФ) единая Интернет-библиотека лекций [Официальный сайт] URL: <http://www.lektorium.tv/>
10. Электронный архив документов КубГУполнотекстов[Официальный сайт] URL: <http://docspace.kubsu.ru>
11. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE"[Официальный сайт] URL: <http://www.biblioclub.ru/>
12. Электронная библиотечная система издательства "Лань"[Официальный сайт] URL: <http://e.lanbook.com/>
13. Электронная библиотечная система "Юрайт"[Официальный сайт] URL: <https://biblio-online.ru/>
14. Электронная библиотечная система "ZNANIUM.COM"[Официальный сайт] URL: <http://znanium.com>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Согласно письма Министерства образования и науки РФ № МОН-25486 от 21.06.2017г «О разработке адаптированных образовательных программ» -Разработка

адаптивной программы необходима в случае наличия в образовательной организации хотя бы одного обучающегося с ограниченными возможностями здоровья.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

Система обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций и практических (лабораторных) занятий), работа на которых обладает определенной спецификой.

Подготовка к лекциям.

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. Конспектирование лекций – сложный вид аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Работая над конспектом лекций, Вам 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 теоретическим материалом.

Подготовка к практическим (лабораторным) занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию необходимо начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Подготовка к лабораторным занятиям и практикумам носит различный характер, как по содержанию, так и по сложности исполнения. Проведение прямых и косвенных измерений предполагает детальное знание измерительных приборов, их возможностей, умение вносить своевременные поправки для получения более точных результатов. Многие лабораторные занятия требуют большой исследовательской работы, изучения дополнительной научной литературы.

В процессе подготовки к практическим занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной

литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала.

Защита лабораторных работ должна происходить, как правило, в часы, отведенные на лабораторные занятия. Студент может быть допущен к следующей лабораторной работе только в том случае, если у него не защищено не более двух предыдущих работ.

Рекомендации по работе с литературой.

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения.

В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет.

Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер, и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого Вы знакомитесь с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравниваете весомость и доказательность аргументов сторон и делаете вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы..

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;

- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам;
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слово-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»;
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

Подготовка к промежуточной аттестации.

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).
-

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.1 Перечень информационных технологий.

- Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.
- Использование электронных презентаций при проведении практических занятий.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

№	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	CodeGear RAD StudioArchitect, Государственный контракт №13-ОК/2008-1
2	MATLAB Suite, Государственный контракт №13-ОК/2008-1
3	CorelDRAWGraphicSuite X3, Государственный контракт №13-ОК/2008-1
4	WinRAR, Государственный контракт №13-ОК/2008-3
5	CS3 Design STANDARD 3.0 (PhotoShop), Государственный контракт №13-ОК/2008-1
6	PageMaker 7.0.2 AcademicEdition, Государственный контракт №13-ОК/2008-1
7	MicrosoftWindows XP, Государственный контракт №13-ОК/2008-3
8	MicrosoftWindowsServerStd 2003, Государственный контракт №13-ОК/2008-2 (Номер лицензии - 43725353)
9	1С предприятие, Акт на передачу прав - РНк-45425 от 28.04.09
10	MicrosoftWindowsOffice 2003 Pro, Государственный контракт №13-ОК/2008-3 (Номер лицензии - 43725353)
11	Консультант Плюс, Договор №177/948 от 18.05.2000

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Банк России (ЦБ): www.cbr.ru.
2. Московская биржа: www.moex.com
3. Федеральная служба государственной статистики: www.gks.ru
4. Информационный портал Всемирного банка: <http://data.worldbank.org>.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номера аудиторий / кабинетов
1.	учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	501,502,503,505,506,507,508, 509, 510,513,514
2.	учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа	501,502,503,505,506,507,508, 509, 510,513,514
3.	Компьютерные классы с выходом в Интернет	503,509,510
4.	учебные аудитории для выполнения научно – исследовательской работы (курсового проектирования)	Кабинет курсового проектирования (выполнения курсовых работ) - № 503, №509, № 510 Оборудование: мультимедийный проектор, экран, персональные компьютеры, учебная мебель, доска учебная, выход в Интернет, учебно-наглядные пособия (тематические иллюстрации), принтер, презентации на электронном носителе, сплит-система
5.	учебные аудитории для самостоятельной работы, с рабочими местами, оснащенными компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и обеспечением неограниченного доступа в электронную информационно-образовательную среду организации для каждого обучающегося, в соответствии с объемом изучаемых дисциплин	Кабинет для самостоятельной работы - № 504, № 509, №510 Оборудование: персональные компьютеры, учебная мебель, доска учебная, выход в Интернет
6.	Исследовательские лаборатории (центров), оснащенные лабораторным оборудованием	Компьютерный класс № 510 : мультимедийный проектор, экран, персональные компьютеры, учебная мебель, доска учебная, выход в Интернет, наглядные пособия. Сетевое оборудование CISCO (маршрутизаторы, коммутаторы, 19-ти дюймовый сетевой шкаф) сплит-система, стенд «Архитектура ПЭВМ»
7.	учебные аудитории групповых и индивидуальных	№508

	консультаций	Оборудование: персональный компьютер, учебная мебель, доска учебная, учебно-наглядные пособия (тематические иллюстрации), сканер, доска магнитно-маркерная, стеллажи с учебной и периодической литературой
8.	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Помещение № 511, Помещение № 516, Помещение № 517, Помещение № 518
9.	учебные аудитории для проведения текущей и промежуточной аттестации	501,502,503,505,506,507,508, 509, 510,513,514

Согласно письма Министерства образования и науки РФ № МОН-25486 от 21.06.2017г «О разработке адаптированных образовательных программ» -Разработка адаптивной программы необходима в случае наличия в образовательной организации хотя бы одного обучающегося с ограниченными возможностями здоровья

Для обучающихся из числа инвалидов обучение проводится организацией с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальные особенности).

При проведении обучения инвалидов обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение обучения для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей;

- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами с учетом их индивидуальных особенностей;

- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях;

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, организация обеспечивает выполнение следующих требований при проведении занятий:

а) для слепых:

- задания и иные материалы оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

- при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

- задания и иные материалы оформляются увеличенным шрифтом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

Обучающийся инвалид при поступлении подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении обучения с указанием особенностей его психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальные особенности). К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).