	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Система менеджмента качества Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 2 из 27	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Рабочая программа дисциплины согласована:

Учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол № 1 от «21» сентября 2017 г.

Председатель Учебно-методического совета филиала  Н.А. Нализко

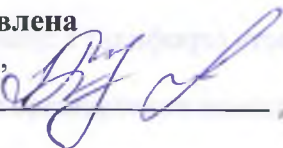
Начальник отдела службы качества  З.А. Альжанова

Рабочая программа дисциплины одобрена и рекомендована кафедрой экономики

Протокол № 1 от «05» сентября 2017 г.

Заведующий кафедрой  А.А. Маланьина

Рабочая программа дисциплины составлена

Паниной Г.В., канд. экон. наук, доцентом,
Л.П. Бардюжа, старшим преподавателем 

в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. №7

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «01» сентября 2016 г. № 476-1 «Об утверждении шаблонов документов»



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 3

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. Общие сведения

1.1 Характеристика дисциплины

1.1.1 Назначение дисциплины:

В рыночной экономике маркетингу принадлежит ведущая роль. Сам маркетинг представляет собой целостную систему управления производственно-сбытовой деятельностью с ориентацией на запросы конкретного потребителя продукции.

Весь мировой опыт доказывает эффективность рыночной экономики, где посредством маркетинга осуществляется регулирование спроса и предложения. Поэтому в современных условиях необходимо познать и признать «философию» маркетинга как действенного механизма регулирования рыночной экономики.

1.1.2 Цели дисциплины:

Целью изучения курса маркетинга является овладение теоретической базой и практическими навыкам в области эффективного использования рыночного механизма в условиях экономической самостоятельности предприятий, банков, страховых компаний и субъектов рынка.

Приобретение студентами знаний основ маркетинга и маркетинговых исследований, как главного инструмента преобразования экономики.

1.1.3 Задачи дисциплины:

- освоение знаний о понятиях основных категорий по маркетингу,
- получение знаний и умений использовать законодательную, нормативную и справочную литературу в области маркетинга,
- свободное владение методическими разработками по проведению маркетинговых исследований.

1.2 Место учебной дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Маркетинг» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

1.2.1 Пререквизиты: Дисциплина рассчитана на студентов направления подготовки Менеджмент. Ее изучение опирается на знания, полученные студентами в ходе изучения дисциплин «Теория менеджмента» и «Психология».

1.2.2 Постреквизиты: Данная дисциплина является необходимой основой для углубленного изучения экономических дисциплин, таких как «Деловые коммуникации», «Методы принятия управленческих решений», «Стратегический менеджмент» и др.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Коды компетенции (по ФГОС)	Результаты освоения ОП Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОК-1	Способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческих позиций	Знать: - предмет философии, основные философские принципы, законы и категории, а также их содержание и взаимосвязи; - мировоззренческие и методологические основы профессиональной деятельности; - роль философии в формировании ценностных ориентаций в профессиональной деятельности. Уметь: - использовать основы философских знаний в процессе



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 4

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>формирования собственной позиции;</p> <ul style="list-style-type: none">- ориентироваться в системе философского знания как целостного представления об основах мироздания и перспективах развития планетарного социума;- понимать характерные особенности современного этапа развития философии;- применять философские принципы и законы, формы и методы познания в профессиональной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками формирования мировоззренческой позиции;- навыками философского анализа различных типов мировоззрения, использования различных философских методов для анализа тенденций развития современного общества, научного анализа;- общенаучными (общелогическими) методами научного познания;- основными навыками публичной речи, аргументации, ведения научно-философской дискуссии и полемики;- приёмами работы с современной научной, социально-гуманитарной литературой для профессионального самообразования.
ОК-2	Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- основные этапы и закономерности исторического развития общества. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- анализировать базовые этапы исторического развития общества. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками формирования гражданской позиции с учетом анализа этапов и закономерностей исторического развития общества.
ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- основные понятия, категории, закономерности, характеризующие экономическое развитие; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- анализировать процессы и явления, происходящие в экономике; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками использования основ экономических знаний в различных сферах деятельности.
ОК-4	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- основы современного русского языка и культуры речи, основные принципы построения диалогов, характерные свойства русского языка как средства общения и передачи информации;- грамматику и орфографию русского языка; <p>иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и элементарного общения на общем и деловом уровне;</p> <ul style="list-style-type: none">- общую, деловую и лексику иностранного языка в объеме, необходимом для общения, чтения и перевода (со словарем) иноязычных текстов профессиональной направленности;



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 5

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;- грамотно и логически верно обосновывать высказанную позицию;- использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками литературной и деловой устной и письменной речи;- навыками публичной и научной речи, аргументации, ведения дискуссии, культурой речи;- навыками грамотного письма;- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса;- способностью к коммуникациям в профессиональной деятельности на русском и иностранном языках.
ОК-5	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- методы работы в команде;- социально-психологические особенности работы в коллективе; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- распределять роли в команде, принимать коллективные решения;- толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками решения общих задач, распределения функций и ответственности;- методами работы и кооперации в коллективе.
ОК-6	Способность к самоорганизации и самообразованию	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- пути и средства саморазвития. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- критически оценить свои достоинства и недостатки. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- способностью к постоянному саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства.
ОПК-1	Владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- основные нормативные правовые документы; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;- использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками поиска необходимых нормативных и законодательных документов и навыками работы с ними в профессиональной деятельности.
ОПК-2	Способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- виды организационно-управленческих решений и методы их принятия;



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 6

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	Уметь: - находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности; - учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности; Владеть: - методами оценки экономической и социальной эффективности принятых решений; - навыками брать ответственность за результаты деятельности (своей и других людей).
ОПК-3	Способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	Знать: - основные виды организационных структур, их преимущества и недостатки; - основные понятия и функции управления человеческими ресурсами Уметь: -разрабатывать проект совершенствования организационной структуры предприятия и активно участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами. Владеть: - инструментами планирования и реализации мероприятий по созданию организационной структуры; - способностью распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия.
ОПК-4	Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	Знать: - теоретические основы, структуру и содержание процесса деловой коммуникации; Уметь: - устанавливать и поддерживать деловые и межличностные отношения; Владеть: - профессиональными приемами и навыками убеждения и активного слушания для достижения поставленных целей и задач.
ОПК-5	Владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем	Знать: - методы и способы финансового учета хозяйственной деятельности предприятия; - организацию, цели и принципы построения разных видов учета. Уметь: - использовать основные методы финансового учета; - анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятия (организации); - формировать аналитические отчеты в системе финансового состояния предприятия (организации); - использовать полученные сведения для принятия управленческих решений и оценке эффективности деятельности предприятия (организации); - использовать современные методы обработки деловой информации и корпоративные информационные системы.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 7

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации;- методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий;- навыками решения управленческих задач с использованием новых информационных технологий.
ОПК-6	Владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- особенности менеджмента как способа достижения конкурентных преимуществ за счет достижения единства экономической и социальной эффективности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- применять на практике социально-управленческие методы, направленные на достижение и сохранение конкурентных преимуществ. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками принятия решений в условиях неопределенности, экстремальности, конфликтности.
ОПК-7	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- сущность, значение информации и требования к обеспечению безопасности информации в современных условиях; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий;- использовать основные способы и средства защиты информации для соблюдения информационной безопасности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками использования информационно-коммуникационных технологий;- современными методами обеспечения информационной безопасности.
ПК-1	Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- проводить аудит человеческих ресурсов организации, прогнозировать и определять потребность организации в персонале, определять эффективные пути ее удовлетворения;- оценивать положение организации на рынке, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как производителя продукции;



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 8

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>- диагностировать сильные и слабые стороны организации по вопросам маркетинговой деятельности, разрабатывать предложения по ее совершенствованию; Владеть: - современным инструментарием управления маркетинговой деятельностью; - функциями маркетолога в работе организации.</p>
ПК-2	<p>Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде</p>	<p>Знать: - сущность и функции внешней среды фирмы в маркетинге;; - роли, функции и задачи менеджера в современной организации; Уметь: - использовать категории маркетинга в практической деятельности; - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;- использовать лидерские качества для решения конфликтных ситуаций; Владеть: - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение; - методами формирования и поддержания этического климата в организации;</p>
ПК-5	<p>Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>	<p>Знать: – Знать виды управленческих решений и методы их принятия; – современное законодательство, нормативные документы и методические материалы. – Уметь: – анализировать функциональные стратегии. Владеть: навыками анализа взаимосвязи между стратегиями компаний и управленческими решениями.</p>
ПК-7	<p>Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умение координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ</p>	<p>Знать: - содержание маркетинговой концепции управления; - методы маркетинговых исследований; Уметь: - контролировать бизнес-процессы в сфере управления персоналом и роль в них линейных менеджеров и специалистов по управлению персоналом; - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; Владеть: - навыками контроля и координации в процессе реализации бизнес- планов для достижения поставленных целей; - методами разработки и реализации маркетинговых программ;</p>
ПК-8	<p>Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной)</p>	<p>Знать: - принципы организации операционной деятельности, основные методы и инструменты управления операционной деятельностью организации;</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 9

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

деятельности организаций при
внедрении технологических,
продуктовых инноваций или
организационных изменений

Владеть:

- методами инвестиционного анализа и анализа
финансовых рынков;

- методами управления операциями;

- навыками составления документации при изменениях в
организации

Уметь:

- планировать операционную деятельность организации;

- прогнозировать инновационные процессы для принятия
управленческих решений;

организовывать командное взаимодействие для решения
управленческих задач;

1.4 Образовательные технологии

При реализации различных видов учебной работы используются следующие виды образовательных технологий:

- технологии поддерживающего обучения, сложившиеся на принципах дидактики, сформулированных Я. Коменским;
- технологии на основе активизации и интенсификации деятельности студентов, направленные на максимальную реализацию возможностей личности;
- технологии на основе эффективности управления и организации учебного процесса, подразумевающие высокий уровень мотивации, осознанной потребности в усвоении знаний и умений, результативности и соответствия социальным нормам;
- технологии развивающего обучения, предполагающие взаимодействие педагога и студентов на основе коллективно-распределительной деятельности, поиске различных способов решения учебных задач посредством организации учебного диалога в исследовательской и поисковой деятельности обучающихся.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	54
в том числе <i>аудиторная работа</i> (всего):	54
Лекции	18
Семинары, практические занятия	36
Практикумы	-
Лабораторные работы	-
<i>Внеаудиторная работа</i> (всего):	90
в том числе	
подготовка к промежуточной аттестации	18
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	72
Вид рубежной аттестации	комплексная письменная работа
Вид промежуточной аттестации	экзамен



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 10

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием часов и видов учебных занятий

№ п/п	Наименование темы	Количество часов			
		ЛЗ	ПЗ	ЛР	СРС
1	Маркетинг как система Концепции маркетинга.	2	2	-	8
2	Маркетинговая среда.	2	4	-	8
3	Система маркетинговой информации. Управление маркетингом.	2	4	-	8
4	Маркетинговое исследование.	2	4	-	8
5	Концепция продукта.	2	4	-	8
6	Поведение потребителей.	2	4	-	8
7	Инструментарий маркетинга. Ценообразование.	2	4	-	8
8	Каналы распределения. Реклама и PR.	2	6	-	8
9	Международный маркетинг.	2	4	-	8
Всего:		18	36		72

4. Программа дисциплины

4.1 Темы лекционных занятий

№ п/п	Тема ЛЗ	Формируемые компетенции	Содержание ЛЗ	Кол-во часов	Кол-во баллов	Методы	Форма контроля
Модуль № 1							
1	Тема 1. Маркетинг как система Концепции маркетинга.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. История развития маркетинга 2. Основные концепции управления в маркетинге	2	5	объяснительно-иллюстративный метод (лекция-визуализация)	Проверка конспекта лекционного занятия
2	Тема 2. Маркетинговая среда.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Внешняя среда маркетинга 2. Внутренняя среда предприятия	2	5	объяснительно-иллюстративный метод (лекция-визуализация)	Проверка конспекта лекционного занятия
3	Тема 3. Система маркетинговой информации. Управление маркетингом.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Информационное обеспечение маркетинга. 2. Понятие системы маркетинговой информации. 3. Сущность процесса управления маркетингом 4. Роль маркетинга в деятельности предприятия	2	5	объяснительно-иллюстративный метод (лекция-визуализация)	Проверка конспекта лекционного занятия
4	Тема 4. Маркетинговое исследование.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Сущность маркетинговых исследований. 2. Организация маркетинговых	2	5	объяснительно-иллюстративный метод (лекция-визуализация)	Проверка конспекта лекционного занятия



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 11

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			исследований. 3. Методы маркетинговых исследований. 4. Информационное обеспечение маркетинговых исследований				
5	Тема 5. Концепция продукта.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Разработка концепции продукта 2. Концепция продукта инновационный подход 3. Внедрение новой концепции продукта	2	5	объяснительно-иллюстративный метод (лекция-визуализация)	Проверка конспекта лекционного занятия
6	Тема 6. Поведение потребителей.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Классификация потребителей 2. Характеристики покупателей, влияющих на поведение при покупке 3. Личностные и психологические факторы	1	5	объяснительно-иллюстративный метод (лекция-визуализация)	Проверка конспекта лекционного занятия
		Рубежный контроль		1	20	Репродуктивный метод	Комплексная письменная работа
		Итого по модулю № 1		12	50		
Модуль № 2							
7	Тема 7. Инструментарий маркетинга. Ценообразование	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Принципы работы маркетингового инструментария. 2. Понятие цены, ее функции 3. Границы движения цены 4. Этапы процесса ценообразования 5. Стратегии ценообразования	2	2	объяснительно-иллюстративный метод (лекция-визуализация)	Проверка конспекта лекционного занятия
8	Тема 8. Каналы распределения. Реклама и PR.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Сущность и значение рекламы 2. Стимулирование сбыта 3. Личная продажа 4. Пропаганда 5. Сущность сбытовой политики фирмы 6. Выбор каналов сбыта 7. Уровни каналов распределения	2	2	объяснительно-иллюстративный метод (лекция-визуализация)	Проверка конспекта лекционного занятия



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 12

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			8. Функции каналов распределения 9. Участники распределения				
9	Тема 9. Международный маркетинг.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Понятие международного маркетинга. 2. Концепции международного маркетинга 3. Сущность и задачи международного маркетинга.	2	2	объяснительно-иллюстративный метод (лекция-визуализация)	Проверка конспекта лекционного занятия
		Итого по модулю № 2		6	6		
		Итого		18	-		

4.2 Темы практических занятий

№ п/п	Тема ПЗ	Формируемые компетенции	Содержание ПЗ	Кол-во часов	Кол-во баллов	Методы	Методы
Модуль № 2							
1.	Тема 1. Маркетинг как система Концепции маркетинга.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Понятие и сущность маркетинга. 2. Основополагающие понятия маркетинга: нужда, потребность, товар, обмен. 3. Основные принципы маркетинга. 4. Основные задачи маркетинга. 5. Основные функции и подфункции современного маркетинга. 6. Организация маркетинговой деятельности.	2	3	Проблемное обучение, Работа в группах	Устный опрос
2.	Тема 2. Маркетинговая среда	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Факторы маркетинговой среды, которые может контролировать предприятие 2. Методы исследования рынка 3. Исследование конъюнктуры рынка и спроса	2 2	3 3	Проблемное обучение, Работа в группах	Устный опрос Практическая работа



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 13 из 13

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			4. Методы изучения и прогнозирования покупательских предпочтений 5. Изучение емкости и фирменной структуры рынка				
3.	Тема 3. Система маркетинговой информации. Управление маркетингом.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Основные функции маркетинга. 2. Информационное обеспечение маркетинга. 3. Понятие системы маркетинговой информации. 4. Основные составляющие системы маркетинговой информации.	2 2	3 3	Проблемное обучение, Работа в группах	Устный опрос Тестирование
4.	Тема 4. Маркетинговое исследование	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1.Маркетинговая информационная система, ее основные составляющие части. 2.Система маркетинговых исследований, ее сущность и основные направления, цели и задачи. 3.Основные методы маркетинговых исследований, их достоинства и недостатки. 4. Управление процессом маркетингового исследования. 5. Составление электронной презентации по маркетинговому исследованию	2 2	3 3	Проблемное обучение, Работа в группах	Устный опрос Тестирование
5.	Тема 5. Концепция продукта.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Концепция продукта и ассортиментная политика	1	3	Проблемное обучение, Работа в группах	Устный опрос
6.		Рубежный контроль		1	20	Репродуктивный метод	
7.		Итого по модулю № 2		16	44		
Модуль № 3							
8.	Тема 5.	ОК-1-6	2.Концепция	2	3	Проблемное	Практическая



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 14 из 14

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Концепция продукта.	ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	продукта и развитие ассортимента			обучение, Работа в группах	работа
9.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Экономическая сущность и этапы изучения потребительского поведения 2. Общие принципы и предпосылки теории потребительского поведения 3. Методика маркетинговой оценки характера поведения потребителей	2 2	3 3	Проблемное обучение, Работа в группах	Тестирование Практическая работа
10.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Разработка ценовой стратегии. 2. Факторы ценообразования и ценовая политика. 3. Принципы разработки ценовой политики, ее виды. 4. Стратегии ценообразования в маркетинге, их характеристика и реализация.	2 2	3 3	Проблемное обучение, Работа в группах	Устный опрос Практическая работа
11.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Понятие каналов товародвижения, их основные виды и функции. 2. Стратегия в каналах товародвижения. 3. Оптовая торговля, ее особенности. 4. Розничная торговля, ее виды. 5. Реклама, ее роль в товародвижении. 6. Персональная продажа и стимулирование сбыта. 7. Стимулирование сбыта 8. Особенности комплекса стимулирования 9. Понятие рекламы, её цели и функции 10. Формы рекламы	2 2 2	3 3 3	Проблемное обучение, Работа в группах	Устный опрос Практическая работа Проект рекламы



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 15 из 15

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			10. Реклама и жизненный цикл товара 11. Принципы выбора канала распространения рекламы				
12.	Тема 9. Международный маркетинг	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Понятие международных каналов товародвижения, их основные виды и функции. 2. Стратегия в международных каналах товародвижения. 3. Международная оптовая торговля, ее особенности. 4. Розничная торговля, ее виды. Реклама, ее роль в товародвижении. 5. Персональная продажа и стимулирование сбыта.	2 1	3 3	Проблемное обучение, Работа в группах	Устный опрос Практическая работа
		Рубежный контроль		1	20		
		Итого по модулю № 3		20	50		
		Итого		36			

4.3 Темы лабораторных работ

№ п/п	Тема ЛР	Формируемые компетенции	Содержание ЛР	Кол-во часов	Кол-во баллов	Формы контроля
Не предусмотрено						

За посещение лекционных и практических занятий обучающийся получает:

- менее 50% занятий – 0 баллов;
- 50 – 74% занятий – 15 баллов;
- 75 – 89% занятий – 18 баллов;
- 90 – 100% занятий – 20 баллов

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

5.1.1 График выполнения и сдачи заданий СРС



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 16 из 16

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Тема СРС	Формируемые компетенции	Содержание СРС	Форма контроля	№ недели (выдача)	№ недели (сдача)	Кол-во часов	Кол-во баллов
Модуль № 1							
Тема 1. Маркетинг как система Концепции маркетинга.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Основные вехи развития маркетинга 2. Концепция маркетинга 3. Внешняя и внутренняя среда маркетинга 3. Подготовка к практическому занятию	А-З - реферат И-О- кроссворд П-Т-ребус У-Я- слайд-презентация	1	2	8	10
Тема 2. Маркетинговая среда.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Понятие и роль международного маркетинга. 2. Экономическая среда международного маркетинга. 3. Планирование товародвижения и реализации продукта в международном масштабе 4. Подготовка к практическому занятию	А-З - ребус И-О- слайд-презентация П-Т- реферат У-Я- кроссворд	3	4	8	10
Тема 3. Система маркетинговой информации. Управление маркетингом.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Влияние системы Интернет на маркетинг. 2. Потребитель в системе Интернет. Проблемы и перспективы электронной коммерции. 3. Реклама в системе Интернет. Баннеры. 4. Перспективы развития Интернет – маркетинга. 5. Подготовка к практическому занятию	А-З - кроссворд И-О- реферат П-Т- слайд-презентация У-Я- ребус	5	6	8	10
Итого						24	30
Модуль № 2							



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 17 из 17

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Тема 4. Маркетинговое исследование.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Сущность стратегического маркетинга 2. История развития стратегического маркетинга 3. Подготовка к практическому занятию	А-3 – слайд-презентация И-О- ребус П-Т- кроссворд У-Я- реферат	7	8	8	10
Концепция продукта.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Роль информации в бизнесе. 2. Маркетинг и становление собственного дела. 3. Маркетинг и техника продаж. 4. Маркетинг как основа успеха в бизнесе. 5. Подготовка к практическому занятию.	А-3 – реферат И-О- кроссворд П-Т-ребус У-Я- слайд-презентация	9	10	8	10
Тема 5. Поведение потребителей.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Этапы сегментирования рынка 2. Сегментация информационного рынка 3. Подготовка к практическому занятию	А-3 – ребус И-О- слайд-презентация П-Т- реферат У-Я- кроссворд	11	12	8	10
Итого						24	30
Модуль № 3							
Тема 6. Инструментарий маркетинга. Ценообразование	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Внутренняя и внешняя ревизия маркетинговой деятельности фирмы. 2. Ситуационный анализ как инструмент самоконтроля деятельности фирмы. 3. Понятие контроллинга, его значение. 4. Стратегические и оперативные задачи контроллинга. 5.	А-3 – кроссворд И-О- реферат П-Т- слайд-презентация У-Я- ребус	13	14	8	10



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 18 из 18

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		Маркетинговый аспект контроллинга 6. Подготовка к практическому занятию					
Тема 7. Каналы распределения. Реклама и PR.	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Сущность бенчмаркетинга, причины его распространения. 2. Основные виды бенчмаркетинга. 3. Бенчмаркетинг и концепция всеобщего управления качеством 4. Подготовка к практическому занятию.	А-3 – слайд-презентация И-О- ребус П-Т- кроссворд У-Я- реферат	15	16	8	10
Тема 8. Международный маркетинг	ОК-1-6 ОПК-1-7 ПК-1-2,5,7-8	1. Понятие и роль международного маркетинга. 2. Экономическая среда международного маркетинга. 3. Планирование товародвижения и реализации продукта в международном масштабе 4. Мировые цены. Ценовая политика на международных рынках 5. Сегментирование международного рынка 6. Подготовка к практическому занятию	А-3 – реферат И-О- кроссворд П-Т-ребус У-Я- слайд-презентация	17	18	8	10
Итого						24	30
Всего						72	-

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

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Система менеджмента качества
Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом
Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 19 из 19

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- 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.

5.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1	Маркетинг как система Концепции маркетинга.	ОК-1	Комплексная письменная работа
		ОК-2	
		ОК-3	
		ОК-4	
		ОК-5	
		ОК-6	
		ОПК-1	
		ОПК-2	
		ОПК-3	
		ОПК-4	
		ОПК-5	
		ОПК-6	
		ОПК-7	
		ПК-1	
		ПК-2	
		ПК-5	
ПК-7			
ПК-8			
2	Маркетинговая среда.	ОК-1	Комплексная письменная работа
		ОК-2	
		ОК-3	
		ОК-4	
		ОК-5	
		ОК-6	
		ОПК-1	
		ОПК-2	
		ОПК-3	
		ОПК-4	
		ОПК-5	
		ОПК-6	



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 20 из 20

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		ОПК-7	
		ПК-1	
		ПК-2	
		ПК-5	
		ПК-7	
		ПК-8	
3	Система информации. маркетинговой информации. Управление маркетингом.	ОК-1	Комплексная письменная работа
		ОК-2	
		ОК-3	
		ОК-4	
		ОК-5	
		ОК-6	
		ОПК-1	
		ОПК-2	
		ОПК-3	
		ОПК-4	
		ОПК-5	
		ОПК-6	
		ОПК-7	
		ПК-1	
		ПК-2	
		ПК-5	
		ПК-7	
		ПК-8	
4	Маркетинговое исследование.	ОК-1	Комплексная письменная работа
		ОК-2	
		ОК-3	
		ОК-4	
		ОК-5	
		ОК-6	
		ОПК-1	
		ОПК-2	
		ОПК-3	
		ОПК-4	
		ОПК-5	
		ОПК-6	
		ОПК-7	
		ПК-1	
		ПК-2	
		ПК-5	
		ПК-7	
		ПК-8	
5	Концепция продукта.	ОК-1	Комплексная письменная работа
		ОК-2	
		ОК-3	
		ОК-4	
		ОК-5	
		ОК-6	
		ОПК-1	
		ОПК-2	



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 21 из 21

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		ОПК-3	
		ОПК-4	
		ОПК-5	
		ОПК-6	
		ОПК-7	
		ПК-1	
		ПК-2	
		ПК-5	
		ПК-7	
		ПК-8	
6	Поведение потребителей.	ОК-1	Комплексная письменная работа
		ОК-2	
		ОК-3	
		ОК-4	
		ОК-5	
		ОК-6	
		ОПК-1	
		ОПК-2	
		ОПК-3	
		ОПК-4	
		ОПК-5	
		ОПК-6	
		ОПК-7	
		ПК-1	
		ПК-2	
		ПК-5	
		ПК-7	
		ПК-8	
7	Инструментарий маркетинга. Ценообразование.	ОК-1	
		ОК-2	
		ОК-3	
		ОК-4	
		ОК-5	
		ОК-6	
		ОПК-1	
		ОПК-2	
		ОПК-3	
		ОПК-4	
		ОПК-5	
		ОПК-6	
		ОПК-7	
		ПК-1	
		ПК-2	
		ПК-5	
		ПК-7	
		ПК-8	
8	Каналы распределения. Реклама и PR.	ОК-1	Комплексная письменная работа
		ОК-2	
		ОК-3	



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 22 из 22

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		ОК-4	
		ОК-5	
		ОК-6	
		ОПК-1	
		ОПК-2	
		ОПК-3	
		ОПК-4	
		ОПК-5	
		ОПК-6	
		ОПК-7	
		ПК-1	
		ПК-2	
		ПК-5	
		ПК-7	
		ПК-8	
9	Международный маркетинг	ОК-1	Комплексная письменная работа
		ОК-2	
		ОК-3	
		ОК-4	
		ОК-5	
		ОК-6	
		ОПК-1	
		ОПК-2	
		ОПК-3	
		ОПК-4	
		ОПК-5	
		ОПК-6	
		ОПК-7	
		ПК-1	
		ПК-2	
		ПК-5	
		ПК-7	
		ПК-8	

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение дисциплины требует от студента знания предмета, творческого мышления, логики аргументации и изложения личной позиции к данной проблеме, прилежания и профессионализма. Приступая к изучению дисциплины, продумайте последовательность выполнения заданий. Между выполнением заданий делайте перерывы.

При чтении материала задавайте себе вопросы: о чём или о ком говорится в этом тексте и т.п. Ищите связь каждого нового понятия, явления, о котором узнаете, с тем, что уже знаете. Следите за тем, чтобы это были главные связи, связи по смыслу. Если материал, который надо выучить, очень большой или трудный, разбейте его на отдельные части и прорабатывайте каждую часть в отдельности.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Система менеджмента качества

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом

Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 23 из 23

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Используйте метод ключевых слов. Ключевые слова - самые важные в каждом абзаце. Ключевое слово должно способствовать воспроизведению соответствующего абзаца. Вспоминая ключевые слова, мы сразу вспоминаем весь абзац. Правила работы:

1. Читая абзац, выбери для него одно- два ключевых слова.
2. После выбора ключевых слов запиши их в той последовательности, которая нужна для выполнения задания.
3. К каждому ключевому слову поставь вопрос, который позволит понять, как оно связано с соответствующим разделом текста. Обдумай и постарайся понять эту взаимосвязь.
4. Соедини два соседних ключевых слова с помощью вопросов. После соединения каждого ключевого слова со своим разделом текста и с последующим ключевым словом образуется цепочка.
5. Запиши эту цепочку и постарайся её выучить.
6. Перескажи текст, опираясь на эту цепочку.

Не оставляйте подготовку к творческим работам на последний день. Готовьтесь к ним заранее, распределяя нагрузки равномерно.

При подготовке устных предметов используйте карты, схемы. Они помогут лучше понять и запомнить материал.


Организуите работу следующим образом (метод 5П, разработанный американскими психологами):

- 1П - Просмотри текст (бегло)
 - 2П - Придумай к нему вопросы
 - 3П - Пометь карандашом самые важные места
 - 4П - Перескажи текст
 - 5П - Просмотри текст повторно
- Составляйте план устного ответа.
Проверяйте себя.

Политика учебной дисциплины кафедры экономики включает систему требований, которые преподаватель предъявляет к студентам при изучении своей дисциплины. Для успешного усвоения дисциплины и получения высокой оценки необходимы:

1) ПОСЕЩАЕМОСТЬ ЗАНЯТИЙ

- a) Опоздания недопустимы. Если студент опоздал, он имеет право войти в аудиторию, не привлекая к себе внимания и не мешая учебному процессу, однако балл за посещение занятия он теряет.
- b) Пропуски занятий допускаются лишь по болезни при наличии медицинской справки или по заявлению, подписанному заведующим кафедрой. В этом случае студент имеет право заработать баллы во время, установленное графиком консультаций преподавателя, ведущего дисциплину (в течение одной недели со дня выписки из больницы или окончания срока, указанного в заявлении). Лекционное занятие отрабатывается путем подготовки конспекта лекции. Если студент пропустил практическое занятие, он должен самостоятельно освоить материал, пройденный на данном занятии и ответить на вопросы преподавателя или выполнить задания, предложенные им.
- c) Если студент в течение указанного срока не отработал пропуски, он теряет возможность получить баллы.
- d) При длительных сроках болезни студенту продлеваются сроки аттестации.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Система менеджмента качества Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 24 из 24	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____


- е) Пропуски по неважным причинам не отрабатываются.
- 2) **АКТИВНОЕ УЧАСТИЕ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ**
- а) Студент обязан вести конспекты лекций.
 - б) Студент обязан принимать активное участие в обсуждении вопросов и выполнении заданий на каждом семинарском или практическом занятии.
 - в) Студент обязан точно и в срок выполнять задания для СРС. Задания должны быть выполнены индивидуально и сопровождаться авторскими расчетами и выводами.
- 3) **ПОДГОТОВЛЕННОСТЬ К КОНТРОЛЮ ПОЛУЧЕННЫХ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**
- а) Студент обязан в установленный преподавателем срок сдавать работы на проверку. В случае несвоевременной сдачи работ оценочный балл по ним снижается на 50%. Если работа сдана после того, как закончилась неделя рубежного контроля, то балл за ее выполнение не начисляется.
 - б) Студент обязан являться подготовленным на рубежный контроль. Задание рубежного контроля не пересдается.
 - в) При нарушении дисциплины во время проведения текущего или рубежного контроля преподаватель вправе досрочно прекратить выполнение задания и забрать работу у нарушителя дисциплины.
 - г) Во время проведения текущего или рубежного контроля запрещается пользоваться всеми техническими средствами, кроме калькулятора.
- 4) **СТУДЕНТ ОБЯЗАН ПРОЯВЛЯТЬ ВЕЖЛИВОСТЬ, ТЕРПИМОСТЬ, ОТКРЫТОСТЬ, ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ К ПРЕПОДАВАТЕЛЮ И СТУДЕНТАМ, СОБЛЮДАТЬ ДИСЦИПЛИНУ**
- 5) **НА ЗАНЯТИЯХ СТУДЕНТ ОБЯЗАН СОБЛЮДАТЬ ПРАВИЛА ВНУТРЕННЕГО РАСПОРЯДКА:**
- а) не являться на занятия в верхней одежде;
 - б) не пить и не есть во время проведения занятия;
 - в) категорически воспрещается во время учебных занятий пользоваться телефоном, фотоаппаратом и плеером.

В случае несоблюдения данных требований преподаватель вправе сообщить о нарушении в виде акта или докладной записки и вынести вопрос о мерах пресечения данных действий на заседание кафедры, при повторных нарушениях – на Дисциплинарный Совет.

5.4 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.4.1 Основная литература

1. Синяева, И.М. Маркетинг [Текст] : учебник для академического бакалавриата / И.М.Синяева, О.Н.Романенкова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2014. - 665 с.
2. Маркетинг [Текст] : общий курс: учеб. Пособие для бакалавров / под ред. А.Я. Яковсона, Н.Я. Калужновой. – 6-е изд., перераб. - М. : Издательство «Омега-Л», 2013. – 503 с.
3. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для прикладного бакалавриата / под ред. М.Н. Григорьева. - М. : Юрайт, 2015. – 559 с. - URL: http://www.blbliio-online.ru/thematic/?17&id=urait.content.37430DCD-52CE-4562-93E8-12ECE3416136&type=c_pub

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Система менеджмента качества Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 25 из 25	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____

5.4.2 Дополнительная литература


1. Романенкова, О.Н. Маркетинг: теория и практика [Текст] : учебное пособие / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова. - 2-е изд., пер. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2013.- 665 с.
2. Синицына, О.Н. Маркетинг [Текст] : учебное пособие/ О.Н. Синицына.- М. : Кнорус, 2013.- 216 с.- (Бакалавриат).
3. Бронникова, Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика [Текст] : учебное пособие / Т.С. Бронникова. - 4-е изд., пер. и доп. - М. : Кнорус, 2013.- 208 с.
4. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / под. ред. Н.П. Ребровой. – М.: Юрайт, 2015. – 277 с. - URL: http://www.biblio-online.ru/thematic/?17&id=urait.content.37430DCD-52CE-4562-93E8-12ECE3416136&type=c_pub
5. Маркетинговые исследования: теория и практика. [Электронный ресурс] : Учебник для прикладного бакалавриата /под ред. О.Н. Романенкова. – М.: Юрайт, 2015. – 314 с. - URL: http://www.bibiio-online.ru/thematic/?17&id=urait.content.37430DCD-52CE-4562-93E8-12ECE3416136&type=c_pub

Для освоения дисциплины «Маркетинг» лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются в наличии учебники в виде электронного документа формата PDF в фонде библиотеки, а также в электронно-библиотечных системах.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Студенты имеют возможность открытого доступа к электронно-библиотечной системе «Университетская библиотека онлайн» (договор оказания информационных услуг от 10.04.2017 г. №К0657), к электронно-библиотечной системе «ЛАНЬ» (лицензионный договор от 16.08.2017 г. Кб№1633), к электронно-библиотечной системе «Юрайт» (договор от 01.06.2016 г. №1), к научно-электронной библиотеке eLibrary (договор от 30.12.2016 г. №К3146).

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

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ» [Электронный ресурс]. – URL: <http://e.lanbook.com/>
3. Электронно-библиотечная система «Юрайт» [Электронный ресурс]. – URL: <http://bibiio-onlme.ru/home.jsessionid=1f519d4cbfaedd7c081f6799f4ca?0>
4. Научно-электронная библиотека eLibrary [Электронный ресурс]. – URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
5. Практикум по маркетингу: ситуационные задачи и тест-контроль [Электронный ресурс]. – URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/krilova_praktikum/00.aspx
6. Сайт StudFiles [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.studfiles.ru/dir/cat29/subj331.html>
7. Сайт «Энциклопедия маркетинга» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.marketing.spb.ru/>

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Костанайский филиал Кафедра экономики			
Система менеджмента качества Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 26 из 26	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____

5.6 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- чтение лекций с использованием слайд-презентаций
- использование при подготовке к занятиям справочно-правовой системы «Гарант»
- видео- аудио- материалы, полученные из сети Интернет

5.7 Обеспечение библиотечного фонда

№	Название	Год и место издания	Кол-во экземпляров
1.	Синяева, И.М. Маркетинг [Текст] : учебник для академического бакалавриата / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2014. - 665 с.	Москва, 2014	20
2.	Бронникова, Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика [Текст] : учебное пособие/ Т.С. Бронникова. - 4-е изд., стер.- М. : Кнорус, 2013.- 208 с.	Москва, 2013	5
3.	Маркетинг [Текст] : общий курс: учеб. Пособие для бакалавров / под ред. А.Я. Якобсона, Н.Я. Калюжной. – 6-е изд., перераб. - М. : Издательство «Омега-Л», 2013. – 503 с.	Москва, 2013	7
4.	Романенкова, О.Н. Маркетинг: теория и практика [Текст] : учебное пособие / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова. - 2-е изд., пер. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2013.- 665 с.	Москва, 2013	5
5.	Синицына, О.Н. Маркетинг [Текст] : учебное пособие/ О.Н. Синицына ; - М. : Кнорус, 2013.- 216 с.- (Бакалавриат).	Москва, 2013	2
6.	Синяева, И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Текст]: учебное пособие / под ред. Л.П. Дашкова. – 3-е изд. – М. : ИТК «Дашков и К», 2013. – 268	Москва, 2013	5
7.	Старцев, Ю.Н. Основы маркетинга и маркетинг персонала [Текст] : учебное пособие / Ю.Н. Старцев. – Челябинск : Изд-во Челяб. Гос. Ун-та, 2013. – 203 с.	Челябинск, 2013	301

5.8 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№	Наименование оборудованных учебных кабинетов	Перечень основного оборудования учебных кабинетов		Место нахождения
		наименование	количество	
1	Лекционная аудитория	посадочные места	80	г. Костанай, ул. Бородина 168 А, кабинет 416
		Мультимедийный проектор –Epson EB-w28	1	
		Проекционный экран– Memory Specialist (моторизованный)	1	
		Ноутбук–Toshiba A300-14T (Toshiba A300-14T Intel(R)Core(TM)2Duo 2.10GHz/1Gb/250Gb)	1	
2	аудитория для практических (семинарских) занятий	посадочные места	24	г. Костанай, ул. Бородина 168 А, кабинет №404
		комплект учебно-наглядных пособий (стендов)	8	
		переносной мультимедийный проектор MODEL H269B	1	
		ноутбук	1	



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Система менеджмента качества
Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) Управление малым бизнесом
Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 27 из 27

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		переносной экран	1	
3	аудитория для самостоятельной работы студентов	посадочные места	25	г. Костанай, ул. Бородина 168 А, кабинет №418
		персональные компьютеры с выходом в Интернет	25	
4	аудитория для индивидуальных и групповых консультаций	посадочные места	26	г. Костанай, ул. Бородина 168 А, кабинет №308
5	аудитория для промежуточной аттестации	посадочные места	20	г. Костанай, ул. Бородина 168 А, кабинет №302
		персональные компьютеры с выходом в Интернет	20	

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:

– лекционная аудитория: мультимедийное оборудование, источники питания для индивидуальных технических средств;

– учебная аудитория для практических занятий (семинаров): мультимедийное оборудование;

– аудитория для самостоятельной работы: стандартные рабочие места с персональными компьютерами.

В каждой аудитории, где обучаются лица с ограниченными возможностями здоровья, предусмотрено соответствующее количество мест для обучающихся с учетом ограничений их здоровья.

5.9 Описание наборов демонстрационного оборудования и учебно-методических пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации занятий лекционного типа.

Для проведения лекционных занятий дисциплины «Маркетинг» используется следующее оборудование и учебно-методические пособия:

1 Технические средства : мультимедийное оборудование Epson EB-w28, проекционный экран – Memory Specialist (моторизированный), ноутбук–Toshiba A300-14T (Toshiba A300-14T Intel (R) Core (TM) 2Duo 2.10GHz/1Gb/250Gb) для демонстрации презентаций по теме занятий

2 Учебно-методические разработки (раздаточный материал по дисциплине)