

МОАУ ВО «ВОРОНЕЖСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И
СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ»
КАФЕДРА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Утверждено
Решением Ученого совета
от «30» июня 2023 года
Протокол № 11
Председатель Ученого совета
_____ В.И. Селютин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.31 Маркетинг

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): **«Менеджмент организации»**

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения:
очная, очно-заочная

Воронеж 2023

Автор-составитель _____ Попиков А.А., кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры региональной экономики и менеджмента
Протокол № 11 от «22» июня 2023 г.

Зав. кафедрой _____ Сысой Ю. В.

Согласовано:

Проректор по учебной и методической работе _____ Захарова Е.А.

Заведующий библиотекой _____ Попова О.В.

© Воронежский институт экономики и социального управления, 2023

Рабочая программа дисциплины составлена на основании:

1. Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970 (ред. от 26.11.2020г.)

2. Учебного плана образовательной программы «Менеджмент организации» направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного решением Ученого совета МОАУ ВО «Воронежский институт экономики и социального управления» (протокол №11 от 30.06.2023 г.).

Содержание

I. Цели и задачи дисциплины (модуля).....	4
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО.....	4
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов.....	6
4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
4.2.1. Этапы подготовки и трудоемкость выполнения курсовой работы:.....	10
4.3. Содержание учебного материала.....	10
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ.....	11
4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	12
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) (<i>указать при наличии в учебном плане курсовых работ</i>).....	16
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	16
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	18
VII. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем.....	18

I. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель: изучение сущности и содержания маркетинговой деятельности фирмы как эффективной концепции управления, а также приобретение теоретических знаний по важнейшим проблемам маркетинга и практических навыков по применению маркетингового подхода к решению важных задач в успешной организации деятельности

Задачи:

- формирование у обучающихся профессиональных знаний для осуществления маркетинговой деятельности;
- рассмотрение процесса управления маркетингом в целом и поэтапно, умение применять на практике принципы и методы организации управления маркетингом на современном предприятии;
- развитие практических навыков по решению конкретных задач прикладного характера: исследование рынка, его сегментирование, выбор целевых рынков; определение конкурентоспособности товара и фирмы; определение рыночной атрибутики товара; выбор метода ценообразования и определение оптимальной цены товара; выбор каналов товародвижения и формирование комплекса продвижения товара; разработка стратегии и тактики развития предприятия, составление плана маркетинга;
- осуществление анализа особенностей использования маркетинга в различных отраслях и сферах экономики.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Маркетинг» относится к обязательной части.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Экономическая теория», «Социология».

2.3. Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной. Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Экономическая культура и финансовая грамотность», «Бизнес-планирование», «Финансовый менеджмент», «Социокультурная коммуникация».

Дисциплина изучается в 3 семестре на 2 курсе очной формы обучения.

Дисциплина изучается в 4 семестре на 2 курсе очно-заочной формы обучения.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки, профиль «Менеджмент организации»:

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

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и	ОПК-4.1 Знает основы организации маркетинговой деятельности компании,	Знать: основы организации маркетинговой деятельности компании. Уметь: осуществлять сбор, анализ и обработку маркетинговых данных о рынке, потребителях, конкурентах.

развития направлений деятельности организаций	новых и	осуществляет сбор, анализ и обработку маркетинговых данных о рынке, потребителях, конкурентах, необходимых для решения экономических задач организации	Владеть: навыками разработки и решения задач организации в области маркетинга
---	---------	--	--

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов,

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий __ часов

Из них ____ часов – практическая подготовка

Форма промежуточной аттестации: экзамен (3 семестр на очной форме обучения, 4 семестр на очно-заочной форме обучения)

4.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел и (или) тема дисциплины	Очная форма обучения						Очно-заочная форма обучения							
		Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Контроль	Практическая подготовка	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Контроль	Практическая подготовка
			Контактная работа			СР				Контактная работа			СР		
			всего	лекции	сем., практ. занятия					КСР	всего	лекции			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Тема 1 Социальные основы маркетинга: удовлетворение потребностей человека.	9	2	2	4	5	27	-	10	2	2	4	6	27	-
2	Тема 2 Управление маркетингом. Тема 3 Маркетинговая среда	9	2	2		5		-	10	2	2		6		-
3	Тема 4 Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования	9	2	2		5		-	10	2	2		6		-
4	Тема 5 Сегментирование, выбор целевых рынков и позиционирование товара на рынке. Тема 6 Потребительский рынок и покупательское поведение.	9	2	2		5		-	8	1	1		6		-
5	Тема 7 Создание	9	2	2		5		-	8	1	1		6		-

	конкурентных преимуществ.													
6	Тема 8 Разработка товаров	8	2	2		4		-	8	1	1		6	-
7	Тема 9 Задачи и политика ценообразования. Тема 10 Каналы распределения. Товародвижение	8	2	2		4		-	8	1	1		6	-
8	Тема 11 Коммуникация и стимулирование Реклама, стимулирование сбыта и связи с общественностью (пропаганда). Личная продажа. Управление сбытом	8	2	2		4		-	8	1	1		6	-
9	Тема 12 Маркетинговые стратегии и планирование маркетинга. Тема 13 Маркетинг услуг	8	2	2		4		-	7	1	1		5	-
<i>Итого за семестр</i>		77	18	18		41		-	77	12	12		53	
<u>КСР</u>		4			4			-	4			4		
<u>Контроль</u>		27					27	-	27					27
ИТОГО		108	18	18	4	41	27	-	108	12	12	4	53	27

4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся				Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	Формируемые компетенции* (индикаторы)
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Трудоемкость (час.)				
				очная форма	очно-заочная форма			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
3 о/о 4 о-з/о	Тема 1 Социальные основы маркетинга: удовлетворение потребностей человека.	Подготовка к семинарскому занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	1 неделя 2 неделя	5	6	1. Устный опрос. 2. Проверка ответов на вопросы к лекции	1. Попиков А.А. Маркетинг: учебное пособие [Электронный ресурс] // ЭИОС МОАУ ВО «Воронежский институт экономики и социального управления». Режим доступа: viesm-vrn.ru (по паролю). 2. Власов, В. Б. Основы маркетинга : учебное пособие / В. Б. Власов, С. Ю. Нерозина. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 68 с. — ISBN 978-5-7731-0918-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/111482.html (дата обращения: 15.01.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей	ОПК-4.1
3 о/о 4 о-з/о	Тема 2 Управление маркетингом. Тема 3 Маркетинговая среда	Подготовка к семинарскому занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	3 неделя 4 неделя	5	6	1. Устный опрос. 2. Проверка ответов на вопросы к лекции	3. Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга : учебное пособие / О. Г. Евдокимов, Ж. В. Смирнова. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 236 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115863.html (дата обращения: 15.01.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей	
3 о/о 4 о-з/о	Тема 4 Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования	Подготовка к семинарскому занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	5 неделя 6 неделя	5	6	1. Устный опрос. 2. Проверка ответов на вопросы к лекции	4. Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга : учебно-методическое пособие / О. Г. Евдокимов, Ж. В. Смирнова. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 101 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115862.html (дата обращения: 15.01.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей	
3 о/о 4 о-з/о	Тема 5 Сегментирование, выбор целевых рынков и позиционирование товара на рынке. Тема 6 Потребительский рынок	Подготовка к семинарскому занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	7 неделя 8 неделя	5	6	1. Устный опрос. 2. Проверка ответов на вопросы к лекции		

	покупательское поведение.						авторизир. пользователей
3 о/о 4 о-з/о	Тема 7 Создание конкурентных преимуществ.	Подготовка к семинарскому занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	9 неделя 10 неделя	5	6	1. Устный опрос. 2.Проверка ответов на вопросы к лекции	5. Розова, Н. К. Основы маркетинга : учебное пособие / Н. К. Розова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2021. — 136 с. — ISBN 978-5-7422-7417-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/116137.html (дата обращения: 15.03.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3 о/о 4 о-з/о	Тема 8 Разработка товаров	Подготовка к семинарскому занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	11 неделя 12 неделя	4	6	1. Устный опрос. 2.Проверка ответов на вопросы к лекции	
3 о/о 4 о-з/о	Тема 9 Задачи и политика ценообразования. Тема 10 Каналы распределения. Товародвижение	Подготовка к семинарскому занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	13 неделя	4	6	1. Устный опрос. 2.Проверка ответов на вопросы к лекции	
3 о/о 4 о-з/о	Тема 11 Коммуникация и стимулирование Реклама, стимулирование сбыта и связи с общественностью (пропаганда). Личная продажа. Управление сбытом	Подготовка к семинарскому занятию. Подготовка ответов на вопросы к лекции	14 неделя	4	6	1. Устный опрос. 2.Проверка ответов на вопросы к лекции	
3 о/о 4 о-з/о	Тема 12 Маркетинговые стратегии и планирование маркетинга. Тема	Подготовка к семинарскому занятию. Подготовка ответов на	15 неделя (до конца семестр	4	5	1. Устный опрос. 2.Проверка ответов на вопросы к	

	13	Маркетинг	вопросы к	а)			лекции		
	услуг		лекции						
Общий объем самостоятельной работы по дисциплине (час)					41	53	-		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)					0	0	-	-	

4.2.1. Этапы подготовки и трудоемкость выполнения курсовой работы:

Курсовая работа не предусмотрена

4.3. Содержание учебного материала

Тема 1.	Тема 1.СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА Объективные основы и история возникновения маркетинга Сущность и содержание маркетинга Концепции маркетинга
Тема 2.	Тема 2. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ Процесс управления маркетингом Организация маркетинговых служб Концепции комплекса маркетинга (marketing-mix)
Тема 3.	Тема 3. МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА Маркетинговая среда Методы анализа маркетинговой среды
Тема 4.	Тема 4. МАРКЕТИНГОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ И МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ Виды и источники маркетинговой информации Маркетинговые исследования
Тема 5.	Тема 5. СЕГМЕНТИРОВАНИЕ, ВЫБОР ЦЕЛЕВЫХ РЫНКОВ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРА НА РЫНКЕ Сегментирование рынка Позиционирование товара (услуг) на рынке и выбор целевого рынка
Тема 6.	Тема 6. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК И ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ Потребительский рынок Принятие решения о покупке на рынке и факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение Принятие решения о покупке
Тема 7.	Тема 7. СОЗДАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ Анализ конкурентоспособности товаров и услуг Обобщение понятия «конкурентоспособность товара»
Тема 8.	Тема 8. РАЗРАБОТКА ТОВАРОВ Понятие товара в маркетинге. Подходы к классификации товаров и услуг Ассортимент и номенклатура Разработка новых товаров и их жизненный цикл
Тема 9.	Тема 9. ЗАДАЧИ И ПОЛИТИКА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ Цели ценообразования Выбор метода ценообразования Стратегии ценообразования в системе маркетинга
Тема 10.	Тема 10. КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ. ТОВАРОДВИЖЕНИЕ Структура каналов распределения Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы Методы распространения товаров: оптовая и розничная торговля Процесс товародвижения
Тема 11.	Тема 11. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ Маркетинговые коммуникации: цели, задачи, основные инструменты и виды Реклама

	Стимулирование сбыта и связи с общественностью Личная (персональная) продажа Управление сбытом
Тема 12.	Тема 12. МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ И ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА Маркетинговая стратегия: сущность, цель, виды Планирования в маркетинге: понятие и роль, основные задачи, принципы и методы
Тема 13.	Тема 13. МАРКЕТИНГ УСЛУГ Маркетинг услуг и его особенности Этапы становления и развития маркетинга услуг

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)				Оценочные средства	Формируемые компетенции* (индикаторы)
			очная		очно-заочная			
			Всего часов	Из них практическая подготовка	Всего часов	Из них практическая подготовка		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Тема 1 Социальные основы маркетинга: удовлетворение потребностей человека.	Семинар 1. Социальные основы маркетинга	2	-	2	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ОПК-4.1
2	Тема 2 Управление маркетингом. Тема 3 Маркетинговая среда	Семинар 2. Управление маркетингом маркетинговая среда	2	-	2	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ОПК-4.1
3	Тема 4 Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования	Семинар 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования	2	-	2	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ОПК-4.1
4	Тема 5 Сегментирование, выбор целевых рынков и позиционирование товара на рынке. Тема 6 Потребительский рынок и покупательское поведение.	Семинар 4. Сегментирование, выбор целевых рынков и позиционирование товара на рынке. Потребительский рынок и покупательское поведение.	2	-	1	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ОПК-4.1
5	Тема 7 Создание конкурентных	Семинар 5. Создание конкурентных	2	-	1	-	Оценка за доклад/сообщение на	ОПК-4.1

	преимуществ.	преимуществ.					семинаре	
6	Тема 8 Разработка товаров	Семинар 6. Разработка товаров	2	-	1	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ОПК-4.1
7	Тема 9 Задачи и политика ценообразования. Тема 10 Каналы распределения. Товародвижение	Семинар 7. Задачи и политика ценообразования. Каналы распределения. Товародвижение	2	-	1	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ОПК-4.1
8	Тема 11 Коммуникация и стимулирование Рекламы, стимулирование сбыта и связи с общественностью (пропаганда). Личная продажа. Управление сбытом	Семинар 8. Коммуникация и стимулирование Рекламы, стимулирование сбыта и связи с общественностью (пропаганда). Личная продажа. Управление сбытом	2	-	1	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ОПК-4.1
9	Тема 12 Маркетинговые стратегии и планирование маркетинга. Тема 13 Маркетинг услуг	Семинар 9. Маркетинговые стратегии и планирование маркетинга. Маркетинг услуг	2	-	1	-	Оценка за доклад/сообщение на семинаре	ОПК-4.1

4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по подготовке к лекциям, семинарам и практическим занятиям

Основные виды учебной работы обучающегося - это лекции, практические занятия, подготовка и обсуждение реферата по одной из предложенных тем, самостоятельная работа обучающихся (над нормативными документами, научной и учебной литературой, освоение статистической и аналитической информации), использование индивидуальных консультаций, текущий контроль.

На лекциях излагаются основные теоретические положения и концепции курса, дающие обучающимся информацию, соответствующую программе.

Задача практических занятий – развитие у обучающихся навыков по применению теоретических положений к решению практических проблем. С этой целью материалы для практических занятий включают в себя задачи и вопросы для обсуждения, ориентированные на усвоение теоретического материала и умение его использовать для решения практических задач. Отдельный вид работы – подготовка доклада и его обсуждение в группе. В задачу докладчика входит сбор фактического материала по какой-либо прикладной проблеме общественного сектора, иллюстрирующей теоретические положения курса и дающей пример применения теоретических моделей к решению прикладных задач. Практические занятия проводятся в форме дискуссий, презентаций

докладов, выполнения письменных контрольных работ. Подготовка к практическим занятиям предполагает самостоятельную работу с литературой, рекомендованной для изучения. Предполагается коллективная работа над рефератами (команда из 2-х человек) и их коллективная презентация на практическом занятии.

Самостоятельная работа включает:

1. Освоение теоретического материала
2. Изучение публикаций по актуальным экономическим вопросам, связанным с проблематикой дисциплины.
3. Подготовка докладов по темам в соответствии с программой курса.
4. Ответы на контрольные вопросы, выполнение контрольных заданий, предложенных в учебно-тематическом плане практических занятий и текущем контроле знаний студентов.
5. Тестирование студентов.
6. Консультации преподавателя по наиболее сложным темам.

Методические рекомендации к написанию реферата

ЦЕЛЬ написания реферата – углубленное изучение избранной проблемы, творческое освоение классической и современной научной литературы, а также овладение навыками исследования и логического письменного изложения проблемы.

Реферат рекомендуется писать по плану-конспекту: содержание (план), введение, в котором определяются цель и задачи реферата; содержание темы; заключение (или общие выводы); список литературы, изученный автором в процессе работы над рефератом.

Основное содержание темы должно представлять собой самостоятельно выполненное исследование или обобщение имеющейся литературы по проблеме, заявленной в названии реферата. В реферате недопустимо изложение материала учебной и методической литературы. Теоретические идеи, пересказанные своими словами, мысли других авторов и цитаты должны иметь указания на источник (ссылки в общепринятом порядке). Основной текст (без введения, заключения и списка литературы) по объему должен занимать не менее 10 страниц, напечатанных на компьютере (по стандарту).

Реферат должен иметь стандартный научный аппарат, при цитировании необходимы ссылки на теоретические и эмпирические источники. Работа должна быть иллюстрирована таблицами, рисунками, диаграммами и т.д.

Заключение содержит выводы по полученным в ходе исследования результатам, положительные и отрицательные тенденции в развитии предприятия по изучаемой проблеме; перечень рекомендаций и условия их реализации. Список используемой литературы содержит источники по теме исследования в области действующего законодательства, трудов авторитетных ученых, новейших публикаций в периодической печати и другие источники, которыми студент пользовался при выполнении курсовой работы.

Требования к оформлению реферата.

Оформление реферата должно соответствовать требованиям ГОСТ 7.32-91 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», ГОСТ 7.1-84. Библиографическое описание документа: общие требования и правила составления. Работа должна быть выполнена на белой бумаге формата А4.

Текст реферата быть выполнен на компьютере с 1,5 межстрочным интервалом в текстовом редакторе Microsoft Word for Windows. Текст набирается нежирным шрифтом Times New Roman Cyr, размером 14 пунктов. Размер абзацного отступа – 1,25 см. Текст реферата следует располагать, соблюдая следующие размеры полей: левое - 30 мм, правое – 15 мм, верхнее - 20 мм, нижнее - 20 мм.

Заголовки структурных элементов работы следует располагать с абзаца без точки в конце и писать строчными буквами, не подчеркивая. Переносы слов в заголовках не допускаются. Расстояние между заголовком и текстом должно быть равно двойному интервалу. Каждый вопрос следует начинать с новой страницы. После заголовка текст

пишут с абзацного отступа.

Иллюстрации (графики, схемы, рисунки, диаграммы) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые или на следующей странице. На все иллюстрации должны быть ссылки по тексту работы.

Приводимые в работе сведения из литературных источников (цифровые данные, цитаты, общие выводы и положения, мнения авторов) должны иметь точные ссылки на источник информации. Ссылка указывает порядковый номер этого источника по списку использованных источников и страницу (например, [45, с. 102]).

Ссылки на иллюстрации, таблицы, формулы, уравнения, перечисления, приложения следует указывать их порядковым номером, например: «...в вопросе 2», «... в формуле (2)», «... на рисунке 8», «... в приложении А».

Формулы следует выделять из текста в отдельную строку. В работе их следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей курсовой работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке.

Каждое приложение следует начинать с нового листа с указанием в первом верхнем углу слова «Приложение» с порядковым буквенным номером А, Б, В и т.д. без знака «№». По каждому использованному источнику должна быть полная информация. Сведения о книге: фамилия и инициалы авторов, название книги, место издания, издательство, год издания, количество страниц в книге. Сведения о статье: фамилия и инициалы авторов, заглавие статьи, наименование журнала (газеты или другое издание), наименование серии (если есть), год выпуска, номер издания, страницы, на которых помещена статья.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию.

При подготовке к теоретической части тестирования нужно, прежде всего, просмотреть конспект лекций и отметить в нем имеющиеся вопросы. Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений. Также при подготовке к тестированию следует просмотреть конспект практических занятий и выделить в практические задания, относящиеся к данному разделу. Если задания на какие-то темы не были разобраны на занятиях (или решения которых оказались не понятными), следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений. Полезно самостоятельно решить несколько типичных заданий по соответствующему разделу.

Методические указания по подготовке к устному опросу.

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на семинарских занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Тема и вопросы к занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей учебной программе и доводятся заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу, блиц-опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме семинара, в учебнике или другой рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 1 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке экзамену/зачету.

Подготовку к экзамену необходимо целесообразно начать с планирования и подбора нормативно-правовых источников и литературы. Прежде всего, следует внимательно перечитать учебную программу и программные вопросы для подготовки, чтобы выделить из них наименее знакомые. Далее должен следовать этап повторения всего программного

материала. На эту работу целесообразно отвести большую часть времени. Следующим этапом является самоконтроль знания изученного материала, который заключается в устных ответах на программные вопросы, выносимые на экзамен. Тезисы ответов на наиболее сложные вопросы желательно записать, так как в процессе записи включаются дополнительные моторные ресурсы памяти.

Методические указания по подготовке контрольной работы

Целью подготовки контрольной работы является систематизация и углубление теоретических и практических знаний, полученных в рамках учебного плана по изучаемой дисциплине.

В контрольной работе обучающийся должен показать:

- теоретическую подготовку и способность проблемного изложения теоретического материала;

- умение анализировать, синтезировать и обобщать литературные источники;
- умение логически и научным языком строить текст;
- навыки составления плана эмпирического исследования;
- навыки самостоятельного проведения исследования;
- умение обрабатывать результаты, анализировать их;
- представлять полученные данные в табличной и графичной форме;
- навыки применения к данным исследования математико-статистических методов;
- умение формулировать выводы.

Тематика контрольных работ сообщается обучающимся, приступающим к изучению дисциплины. В рамках предлагаемой тематики студентам предоставляется право выбора темы работы. Студенты могут предложить собственную тему с обоснованием её целесообразности, особенно если она является продолжением исследований, проведенных в процессе написания курсовых работ по другим дисциплинам, или научных студенческих работ.

При выборе темы не рекомендуется выбор одинаковой темы тремя или более студентами одной учебной группы.

Требования к контрольной работе:

1. Актуальность тематики, соответствие ее современному состоянию отечественной и зарубежной науки.

2. Изучение и анализ научной, учебно-методической литературы и периодики по проблеме исследования.

3. Изучение и анализ истории исследуемой проблемы, ее практического состояния с учетом передового опыта отечественных и зарубежных ученых и личного опыта студента.

4. Проведение самостоятельного исследования: четкая характеристика предмета, целей и методов исследования.

5. Обобщение результатов проведенных исследований, обоснование выводов и практических рекомендаций.

6. Культура оформления (ее соответствие требованиям стандарта).

Требования к оформлению контрольной работы.

Оформление контрольной работы должно соответствовать требованиям ГОСТ 7.32-91 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», ГОСТ 7.1-84. Библиографическое описание документа: общие требования и правила составления. Работа должна быть выполнена на белой бумаге формата А4.

Основной текст печатается через 1,5 интервала, шрифт Times New Roman Cyr 14 кегля, с полями слева 30 мм, справа – 1,5 мм, сверху 20 мм и снизу 20 мм. Выравнивание - по ширине.

Заголовок параграфов: кегль 14, шрифт Times New Roman Cyr полужирный; межстрочный интервал 1,5; отступ красной строки – 1 см; выравнивание – по центру. В конце заголовков точки не ставятся. Работа начинается с титульного листа, затем следует содержание с правильным указанием страниц, с которых начинаются параграфы, далее

следует введение, основная часть, состоящая из параграфов, заключение, список литературы и (если имеются) приложения. Все страницы нумеруются в правом верхнем углу. Титульный лист не включают в общую нумерацию.

Один параграф должен занимать не менее 1 страницы. Каждый последующий параграф не должен начинаться с новой страницы, а должен продолжать предыдущий. С новой страницы печатаются: введение, первый параграф, заключение, литература, приложение. Оптимальный размер введения - до 10% текста. То же самое относится к заключению, но все отклонения по объему должны быть в меньшую сторону. Остальной объем работы приходится на основную часть.

Работа должна быть написана научным языком, что означает соблюдение общих норм литературного языка, правил грамматики и учет особенностей научной речи (ее точности, однозначности терминологии, некоторых правил применения форм речи). Личная манера изложения («я», «мы», «нами» и т.д.) в научной работе не допускается. Работа должна быть обезличена («можно предположить...», «можно сделать заключение...», «таким образом, можно сказать...»).

Если в работе используется какая-либо классификация, то она оформляется следующим образом:

- если нумерация выносится за скобку, то текст начинается с маленькой буквы и в конце ставится точка с запятой. Пример:

1) шкала измерений;

- если после цифры ставится точка, то текст следует начинать с большой буквы и в конце ставить точку. Пример:

1. Шкала измерений.

То же самое относится к тезисам.

Сноски должны быть оформлены в квадратных скобках и находиться после каждой цитаты (например: [6, с.128]), ссылки на какой-либо источник (например: [6]), классификации (например: [6, с.128]), упоминании какого-либо автора (например: [6]).

Правила оформления научного аппарата являются общими для всех отраслей знания и регламентированы действующими государственными стандартами. Список источников должен называться - «Список использованных источников». Литература помещается в список в строго алфавитном порядке (сначала на русском, затем на иностранных языках по фамилиям авторов, либо по названию сочинений, если автор не указан). Список источников имеет порядковую нумерацию.

Основное требование к составлению списка литературы - единообразное оформление и соблюдение ГОСТ 7.1-84. «Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления».

КОНТРОЛЬ выполнения контрольной работы осуществляется преподавателем.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовая работа не предусмотрена

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) перечень литературы

а) основная литература:

1. Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга: учебное пособие / О. Г. Евдокимов, Ж. В. Смирнова. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 236 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115863.html> (дата обращения: 15.01.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга : учебно-методическое пособие / О. Г. Евдокимов, Ж. В. Смирнова. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 101 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115862.html> (дата обращения: 15.01.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная литература:

1. Власов, В. Б. Основы маркетинга : учебное пособие / В. Б. Власов, С. Ю. Нерозина. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 68 с. — ISBN 978-5-7731-0918-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111482.html> (дата обращения: 15.01.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) периодические издания

1. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»: [сайт]. — URL: <http://www.mavriz.ru/> (дата обращения: 15.01.2021). — Режим доступа.

в) список авторских методических разработок:

1. Попиков А.А. Маркетинг: учебное пособие [Электронный ресурс] // ЭИОС МОАУ ВО «Воронежский институт экономики и социального управления». Воронеж, 2021. Режим доступа: viesm-vrn.ru (по паролю).

г) современные профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

База данных научной электронной Elibrary [Электронный ресурс] // Официальный сайт. — URL: www.elibrary.ru

Справочная правовая система «Консультант Плюс»: www.consultant.ru

д) информационные и новостные сайты:

<https://www.rbc.ru/> – мультимедийный интернет-проект АО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ».

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для обеспечения освоения студентами дисциплины институт располагает следующей материально-технической базой:

Лекции и практические (семинарские) занятия, групповые консультации могут проводиться в аудиториях, оснащенных стационарным и переносным демонстрационным оборудованием, учебно-наглядными пособиями, которые обеспечивают тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины, согласно расписанию.

Проведение текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации, процедура которых требует использования компьютерной техники, баз данных электронной информационно-образовательной среды Института, а также организацию самостоятельной работы обучающихся, можно проводить в аудиториях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченных доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

Выбор конкретной аудитории в зависимости от вида учебных занятий осуществляется согласно расписанию учебных занятий.

Для проведения занятий всех видов для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена специализированная аудитория.

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория / компьютерный класс №203 (2 этаж)	11 компьютеров Pentium 4, локальная сеть, выход в Интернет, телевизор Samsung 40", DVD Sony DVP-NS79H, доска настенная, принтер Samsung ML-1210, 27 посадочных мест.	Windows XP prof. Лицензия 45274116 Microsoft® Office 2003 Russian. Лицензия 18918744 Антивирус Eset NOD 32 Лицензия (EAV-0193146745) NetPolice Pro лицензия 90414382 База Гарант-Максимум База Консультант + 1с:Предприятие 8. Лицензия (801601241) Конструктор тестов в.3.4
Учебная аудитория / компьютерный класс №205 (информационно-аналитическая лаборатория) (2 этаж)	11 компьютеров HP, локальная сеть, выход в Интернет, доска настенная 27 посадочных мест.	Windows 10. Лицензия 66734363 Microsoft® Office 2016 Russian. Лицензия 18918744 Microsoft® Project Standard 2013 (64212906) Антивирус Eset NOD 32 Лицензия (EAV-0193146745) NetPolice Pro лицензия 90414382 База Гарант-Максимум База Консультант + 1с:Предприятие 8. Лицензия (801601241) Конструктор тестов в.3.4
Учебная аудитория №306 / Кабинет экономики организации / Кабинет экономической теории (3 этаж)	Учебные стенды, встроенная мебель для демонстрации и хранения учебных материалов по дисциплине, Настенная доска, 44 посадочных места	
Учебная аудитория №307 (3 этаж)	Настенная доска, 44 посадочных места	

VII. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем

В процессе лекционных, семинарских и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

1. Программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет и к электронной почте. Режим доступа: электронно-образовательная информационная среда МОАУ ВО «Воронежский институт экономики и социального управления».
2. Программы для демонстрации и создания презентаций («MicrosoftPower-Point»). Режим доступа: электронно-образовательная информационная среда МОАУ ВО «Воронежский институт экономики и социального управления».
3. Информационно-правовой портал «Консультант плюс» (правовая база данных). Режим доступа: электронно-образовательная информационная среда МОАУ ВО «Воронежский институт экономики и социального управления».
4. Информационно-правовой портал «Гарант» (правовая база данных). Режим доступа: электронно-образовательная информационная среда МОАУ ВО «ВИЭСУ».
5. Электронная Библиотека «Iprbooks». - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

Лицензионное программное обеспечение, информационно-справочные системы

Windows XP prof.	лицензия
Windows 10	лицензия
Microsoft® Office 2016 Russian	лицензия
Microsoft® Office 2003 Russian	лицензия
Microsoft® Project Standard 2013	лицензия
Антивирус Eset NOD 32	лицензия
NetPolice Pro	лицензия
1с:Предприятие 8	лицензия
Конструктор тестов в.3.4	лицензия
Справочная Правовая Система Консультант Плюс	договор
Справочно-правовая система "Гарант"	договор
Mozilla Firefox	свободно распространяемая
FreeCommander (файловый менеджер)	свободно распространяемая
Google Chrome	свободно распространяемая
FTP сервер GuildFTPd	свободно распространяемая