

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

СОГЛАСОВАНО:

Выпускающая кафедра ФК  
Заведующий кафедрой ФК



З.П. Межох

24 июня 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

26 июня 2019 г.

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Автор Иванова Елена Алексеевна

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Маркетинг**

Направление подготовки:	<u>38.03.01 – Экономика</u>
Профиль:	<u>Экономическая безопасность, анализ и управление рисками</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2019</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 8 25 июня 2019 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">М.В. Ишханян</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p>Протокол № 24 24 июня 2019 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">Н.П. Терешина</p>
---	--

Москва 2019 г.

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Маркетинг» являются формирование у обучающегося следующего состава компетенций: ПК-9, ПК-10, ПК-13. В процессе изучения дисциплины студент должен осознать роль маркетинга в процессе управления деятельностью предприятия, изучить основной инструментарий маркетинга, методы получения и анализа маркетинговой информации для эффективного поиска и принятия управленческих решений.

Основными задачами курса "Маркетинг" являются:

- о изучение комплексной деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга с учетом внешней и внутренней среды;
- о получение навыков в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга;
- о изучение элементов комплекса маркетинга и управление ими;
- о овладение навыками использования маркетингового инструментария в управлении коммерческой деятельностью фирмы.

В результате освоения курса «Маркетинг» студент должен знать

- предмет, определение, принципы маркетинга;
- концепции маркетинга и хронологию их развития;
- систему функций маркетинга;
- состав системы маркетинговой информации;
- методы сбора маркетинговой информации;
- последовательность маркетингового планирования;
- возможные структуры управления маркетингом в организации;
- современное состояние и тенденции развития мирового и российского рынка, влияющие на маркетинговые решения

уметь

- выполнять комплексный анализ организации и рынка ее деятельности;
- формировать основные элементы комплекса маркетинга;
- использовать маркетинговый инструментарий в практической деятельности коммерческого предприятия
- оценивать экономическую эффективность разработанных маркетинговых мероприятий
- владеть навыками использования комплекса маркетинга для достижения целей организации;
- разработки и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга;

## **2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО**

Учебная дисциплина "Маркетинг" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его базовую часть.

### **2.1. Наименования предшествующих дисциплин**

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

#### **2.1.1. Культурология:**

Знания: базовые ценности культуры разных стран, основные функции культуры в жизни человека и общества, во взаимодействии людей, знать причины формирования своеобразия национальных, этнических, расовых и других различий в культурных традициях; знать культурные традиции разных народов

Умения: объяснять причины культурных особенностей разных социальных групп и народов, причины необходимости толерантного отношения между народами в современных условиях

Навыки: навыками дифференциации культурных особенностей разных народов, рас и религиозных конфессий, навыками прогнозирования их отношений в современном мире; навыками толерантного поведения

#### **2.1.2. Математический анализ:**

Знания: законы развития общества и мышления

Умения: применять математический инструментарий для выполнения вычислений экономических показателей

Навыки: математическими методами обработки информации, применяемыми в профессиональной деятельности

#### **2.1.3. Микроэкономика:**

Знания: законы экономической деятельности организации

Умения: оценивать воздействие среды на функционирование организаций

Навыки: способностью к экономическому мышлению и др.

#### **2.1.4. Психология:**

Знания: причины и особенности индивидуального поведения людей;

Умения: определять действующие потребности индивида;

Навыки: навыками психологического контроля и оценки эффективности деятельности;

#### **2.1.5. Социология:**

Знания: основные актуальные проблемы современного российского общества, понимать социальную значимость принимаемых решений

Умения: анализировать социально значимые проблемы и процессы;

Навыки: навыками социологического анализа социальной действительности;

### **2.2. Наименование последующих дисциплин**

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Макроэкономическое планирование и прогнозирование

2.2.2. Финансовая среда предпринимательства, предпринимательские риски

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКО-3 способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	ПКО-3.1 Осуществляет расчёты, необходимые для составления экономических разделов планов. ПКО-3.2 Способен обосновать расчёты экономических разделов планов. ПКО-3.3 Владеет навыками представления результатов работы в соответствии с принятыми в организации стандартами.
2	ПКО-7 способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	ПКО-7.1 Систематизирует данные экономических, статистических, научно-аналитических материалов. ПКО-7.2 Осуществляет подготовку информационных обзоров и/или аналитических отчетов по материалам отечественных и зарубежных источников информации. ПКО-7.3 Владеет методами анализа и навыками самостоятельного изучения кредитно-банковской сферы.

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

##### 4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

5 зачетных единиц (180 ак. ч.).

##### 4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 5
Контактная работа	32	32,15
Аудиторные занятия (всего):	32	32
В том числе:		
лекции (Л)	16	16
практические (ПЗ) и семинарские (С)	16	16
Самостоятельная работа (всего)	148	148
Экзамен (при наличии)	0	0
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	180	180
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	5.0	5.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	КР (1), ПК1, ПК2	КР (1), ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЭК	ЭК

### 4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	5	Раздел 1 Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга Понятие маркетинга. Типы и виды маркетинга. Исходные понятия маркетинга. Среда маркетинга.	4		2		109	115	
2	5	Раздел 2 Маркетинговые исследования Маркетинговая информация. Маркетинговые информационные системы. Основные направления маркетинговых исследований.	6		8		28	42	
3	5	Раздел 3 Сегментация рынка. Целевой маркетинг	6		6		11	23	ПК1
4	5	Раздел 9 Организация и планирование маркетинга Планирование в маркетинге. Организация маркетинга на предприятии.						0	ПК2
5	5	Раздел 11 ЭКЗАМЕН						0	ЭК
6	5	Раздел 12 Курсовая						0	КР
7		Раздел 4 ЗАЧЕТ							
8		Раздел 5 Товар и товарная политика в маркетинге Товар в системе маркетинга.							

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу-точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Жизненный цикл товара. Новый товар. Товарный ассортимент. Рыночная атрибутика товара.							
9		Раздел 6 Ценообразование в маркетинге							
10		Раздел 7 Система распределения и товародвижения Каналы распределения и товародвижение. Торговые посредники.							
11		Раздел 8 Маркетинговые коммуникации Интегрированные маркетинговые коммуникации. Реклама. Паблик рилейшнз. Ярмарки, выставки. Стимулирование сбыта и продаж. Личные продажи.							
12		Раздел 10 Маркетинг и общество Социальные основы маркетинга. Этический маркетинг. Маркетинг и экология. Маркетинг и защита прав потребителей.							
13		Всего:	16		16		148	180	

#### 4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 16 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	5	РАЗДЕЛ 1 Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга	Пр. зан. Сущность и функции маркетинга.Пр. зан. Роль посредников в системе маркетинга	2
2	5	РАЗДЕЛ 2 Маркетинговые исследования	Пр. зан. Методы получения маркетинговой информации.Пр. зан. Методы маркетинговых исследований рынка.Пр. зан. Маркетинговые информационные системы	8
3	5	РАЗДЕЛ 3 Сегментация рынка. Целевой маркетинг	Пр. зан. Техники поиска новых решений на рынке.Пр. зан. Сегментация по психографическому критерию.Пр. зан.Разработка Маркетинг-микс.	6
ВСЕГО:				16/ 0

#### 4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

В 4 семестре студенты готовят курсовую работу на тему «Основы маркетинговой деятельности предприятия» (по вариантам, предусмотренным заданием преподавателя).

В качестве методических указаний используются методические указания «Маркетинг:

Методические указания к выполнению курсовой работы» разработанные авторами:

Галабурда В.Г., Иванова Е.А., Соколов Ю.И., Лавров И.М., М.: МИИТ, 2013, 41 стр.

(методические указания находятся в методических материалах кафедры Экономика и управление на транспорте ИЭФ МИИТ на сайте <http://miit-ief.ru/>)

Возможные варианты курсовой работы для выполнения студентами согласно методическим указаниям:

11111, 12222, 21333, 32331, 41234, 52123, 61552, 72345, 81444, 92234, 101556, 12351, 21455, 32511, 41122, 52142, 61324, 72121, 81236, 92456, 101555, 12433, 21212, 32446, 41132, 52325, 62141, 12111, 21123, 32333, 41544, 52456, 61435, 72236, 81152, 92545, 101311, 11255, 21543, 32144, 42354, 51253, 62116, 71415, 82521, 91322, 102426, 12531, 21424, 31256, 42133, 51543, 62452, 12216, 41514, 22354, 31123, 42135, 51354, 61536, 71541, 81345, 91436, 101213, 11353, 22546, 31555, 42246, 52416, 61335, 72224, 81355, 91454, 102444, 11426, 21315, 31346, 42425, 51143, 62125, 11534, 81516, 21446, 32556, 42321, 52415, 62133, 72322, 81526, 82323, 92146, 102542, 12126, 22511, 32422, 41434, 52541, 62411, 71136, 82126, 91521, 101146, 11555, 22336, 32544, 41252

Целью курсовой работы является оказание помощи в более углубленном изучении сущности и методов ведения маркетинговой деятельности на предприятии: применения подходов целевого и массового маркетинга, осуществления прогнозов спроса на продукцию, выполнения сегментации рынка, маркетинговых исследований, обоснование решений в области ценовой политики предприятия, ознакомления с элементами комплекса маркетинга предприятия. В процессе выполнения работы студент в соответствии с заданным вариантом выполняет требуемые расчеты и обосновывает выбор

товарной политики предприятия. Расчеты выполняются для конкретного рынка в соответствии с вариантом.

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекционных и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельности являются классическо-лекционными (объяснительно-иллюстративными).

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Практический курс выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач), с использованием интерактивных (диалоговые) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций, электронный практикум (компьютерное моделирование и практический анализ результатов); технологий, основанных на коллективных способах обучения, а также с использованием компьютерной тестирующей системы.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, выполнение заданий курсовой работы. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющих собой логически завершенный объем учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение практических и ситуационных задач, выполнение заданий курсовой работы) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	5	РАЗДЕЛ 1 Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе, электронного контента.. Выполнение индивидуального домашнего задания Подготовка реферата.	109
2	5	РАЗДЕЛ 2 Маркетинговые исследования	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе, электронного контента. Выполнение индивидуального домашнего задания. Подготовка анкеты для опроса клиентов по заданию преподавателя. Подготовка реферата.	28
3	5	РАЗДЕЛ 3 Сегментация рынка. Целевой маркетинг	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе, электронного контента. Выполнение индивидуального домашнего задания. Подготовка реферата.	11
ВСЕГО:				148

## 7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Маркетинг: Учебник для бакалавров	Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С.	Дашков и К , 2013	<a href="http://www.knigafund.ru">http://www.knigafund.ru</a>
2	Маркетинг: Учебное пособие	Жуков Б.М., Романов А.А., Басенко В.П.	Дашков и К , 2014	<a href="http://www.knigafund.ru">http://www.knigafund.ru</a>
3	Маркетинг: Учебник	Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В.	Дашков и К , 2013	<a href="http://www.knigafund.ru">http://www.knigafund.ru</a>

### 7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
4	Брендинг: Учебное пособие	Годин А.М.	Дашков и К , 2013	<a href="http://www.knigafund.ru">http://www.knigafund.ru</a>
5	Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник	Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж.	Юнити-Дана , 2012	<a href="http://www.knigafund.ru">http://www.knigafund.ru</a>
6	Основы маркетинга. Учебное пособие (есть электронной библиотеке ИЭФа)	Евдокимов О.Г.	М.: МИИТ, 2011	(в методических материалах ИЭФ <a href="http://miit-ief.ru/">http://miit-ief.ru/</a> )
7	Основы маркетинга: Учебное пособие	Морозов Ю.В.	Дашков и К , 2013	<a href="http://www.knigafund.ru">http://www.knigafund.ru</a>
8	Маркетинг: Методические указания к выполнению курсовой работы.	Галабурда В.Г., Иванова Е.А., Соколов Ю.И., Лавров И.М.	М.: МИИТ, 2013	(в методических материалах ИЭФ <a href="http://miit-ief.ru/">http://miit-ief.ru/</a> )

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

[http://miit-ief.ru/student/methodical\\_literature/](http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/) (Электронная библиотека ИЭФ)  
<http://library.miit.ru> (НТБ МИИТа (электронно-библиотечная система))  
<https://www.biblio-online.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))  
<http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))  
<https://www.book.ru/> (ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ))  
<http://www.knigafund.ru/> (Электронная библиотечная система «Книгафонд», доступ для студентов и преподавателей ИЭФ РУТ(МИИТ))

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине требуется наличие следующего ПО: OS Windows, Microsoft Office, система компьютерного тестирования АСТ.

В образовательном процессе применяются следующие информационные технологии:

персональные компьютеры; компьютерное тестирование; мультимедийное оборудование; средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ) и/или электронная почта.

## **10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Для успешного проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования. Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой.

Для организации самостоятельной работы студентов необходима аудитория с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет. Необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет.

## **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе.

Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение подаваемого лектором материала, после лекции и во время специально организуемых индивидуальных встреч он может задать лектору интересующие его вопросы.

Лекционные занятия составляют основу теоретического обучения и должны давать систематизированные основы знаний по дисциплине, раскрывать состояние и перспективы развития соответствующей области науки, концентрировать внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулировать их активную познавательную деятельность и способствовать формированию творческого мышления. Главная задача лекционного курса – сформировать у обучающихся системное представление об изучаемом предмете, обеспечить усвоение будущими специалистами основополагающего учебного материала, принципов и закономерностей развития соответствующей научно-практической области, а также методов применения полученных знаний, умений и навыков.

Основные функции лекций: 1. Познавательно-обучающая; 2. Развивающая; 3. Ориентирующе-направляющая; 4. Активизирующая; 5. Воспитательная; 6. Организующая; 7. информационная.

Выполнение практических заданий служит важным связующим звеном между теоретическим освоением данной дисциплины и применением ее положений на практике. Они способствуют развитию самостоятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования профессиональных качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению лекционных курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных положений, даваемых на лекции, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих обучающихся.

При подготовке специалиста важны не только серьезная теоретическая подготовка, знание основ надежности подвижного состава, но и умение ориентироваться в разнообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в его деятельности. Этому

способствует форма обучения в виде практических занятий. Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, формирование у обучающихся умений и навыков работы с исходными данными, научной литературой и специальными документами. Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий.

Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях, которые необходимо организовать. Ее правильная организация, включающая технологии отбора целей, содержания, конструирования заданий и организацию контроля, систематичность самостоятельных учебных занятий, целесообразное планирование рабочего времени позволяет привить студентам умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности.

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

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к экзамену и тестовые материалы, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания.

Фонд оценочных средств является составной частью учебно-методического обеспечения процедуры оценки качества освоения образовательной программы и обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит, как приложение, в состав рабочей программы дисциплины.

Основные методические указания для обучающихся по дисциплине указаны в разделе основная и дополнительная литература и в электронном контенте «Маркетинг».