



**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Институт социальных и гуманитарных знаний»
(ЧОУ ВО «ИСГЗ»)**

**Методические рекомендации по изучению дисциплины
МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки – 09.03.03 Прикладная информатика
направленность Прикладная информатика в экономике
Квалификация (степень) – бакалавр

Составитель: к.э.н. доц. Игнатьева О.А.

Обсуждено и утверждено на заседании кафедры «26» мая 2017 г (Протокол № 9)
Зав. кафедрой профессор /С.Ш. Останина/

1. Общие положения

Перед началом изучения дисциплины студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимся на образовательном портале института (www.isgz.ru).

Лекционная часть учебного курса для студентов проводится в форме обзоров по основным темам с более углублённым рассмотрением сложных проблем и ориентацией на самостоятельное их изучение. По мере проведения лекционного курса предусмотрены практические занятия с целью закрепления теоретических знаний, а также выработки практических навыков.

Полностью самостоятельное изучение дисциплины не возможно, так как отдельные темы дисциплины могут быть трудны для самостоятельного изучения студентами и требуют методической переработки лектором. Существование различных теорий, концепций отдельных аспектов изучаемого предмета вызывают необходимость их объективного освещения преподавателем и, следовательно, делает посещение лекций обязательным для студентов.

Для успешного овладения дисциплиной необходимо выполнять следующие требования:

1) посещать все лекционные и практические занятия, поскольку весь тематический материал взаимосвязан между собой и теоретического овладения пропущенного недостаточно для качественного усвоения знаний по дисциплине;

2) конспектировать все рассматриваемые на лекциях и практических занятиях вопросы;

3) перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции;

4) выполнять все домашние задания, получаемые на лекциях или практических занятиях;

5) в случаях пропуска занятий по каким-либо причинам, необходимо обязательно самостоятельно изучать соответствующий материал.

2. Методические рекомендации по подготовке к аудиторным занятиям

Для успешного проведения аудиторных (лекционных и практических) занятий нужна целенаправленная предварительная подготовка студентов. Студенты получают от преподавателя задания на практическую работу.

Для подготовки к практическому занятию необходимо изучить рекомендованную учебную литературу, конспекты лекций и найти и изучить статьи по профилю изучаемой дисциплины.

Каждая практическая работа подлежит персональной защите перед преподавателем с фиксацией результатов защиты.

Студенты должны придерживаться тематического плана дисциплины, изложенного в рабочей программе, с обращением к нормативным документам и списку основной и дополнительной литературы.

Для подготовки к промежуточной аттестации и текущему контролю студент обращается к типовым заданиям, изложенным в РПД.

3. Порядок организации самостоятельной работы студентов

Часть вопросов дисциплины отнесена на самостоятельное изучение. В связи с этим обучающийся ориентируется на содержание таблицы 7 в рабочей программе.

В качестве самостоятельной работы также проходит подготовка курсовой работы. Консультация по ней может проходить удаленно, посредством взаимодействия через электронную образовательную среду Института, например, социальную сеть isgz.me

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Целью самостоятельной работы студентов является:

- закрепление, расширение и углубление теоретических знаний, полученных студентами на аудиторных занятиях;
- формирование умений и навыков эффективной самостоятельной профессиональной деятельности;
- приобретение опыта творческой, исследовательской деятельности;
- воспитание у студентов самостоятельности, организованности, творческой активности, потребности развития познавательных способностей.

Организация самостоятельной работы студентов, формирование умений учебного труда является условием повышения эффективности профессиональной подготовки выпускников, а также основой для послевузовского образования и дальнейшего повышения квалификации.

Самостоятельная работа студентов является обязательной для каждого студента, объем ее определяется учебным планом в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Самостоятельная работа, не предусмотренная образовательной программой, учебным планом и учебно-методическими материалами, раскрывающими и конкретизирующими их содержание, осуществляется студентами инициативно, с целью реализации собственных учебных и научных интересов.

Формы самостоятельной работы студентов определяются содержанием учебной дисциплины, степенью готовности студентов к самостоятельному труду. Они могут быть тесно связаны с теоретическими курсами и иметь учебный, учебно-исследовательский характер.

Самостоятельная работа включает следующие виды деятельности:

- проработку лекционного материала;
- изучение программного материала, не изложенного на лекциях;
- подготовку к семинарам, практическим работам, коллоквиумам;
- подготовку докладов, статей, эссе;
- выполнение учебных заданий кафедр (графические работы, рефераты);
- выполнение курсовых работ и проектов;
- рецензирование/оппонирование тезисов/статей;
- и др.

На старших курсах, как правило, основной формой самостоятельной работы является научно-исследовательская работа студентов (НИРС).

Методика организации самостоятельной работы студентов зависит от структуры, особенностей изучаемой дисциплины, объема часов на ее изучение, вида заданий для самостоятельной работы студентов, индивидуальных качеств студентов.

Выполнение индивидуальных и самостоятельных работ по дисциплине взаимосвязано с аудиторной работой. На вводном занятии студентам предлагается объяснение концепции изучения дисциплины в течение семестра и допуске к экзамену. Основным постулатом такой концепции изучения дисциплины является постановка перед студентами задач по выполнению каждого вида самостоятельной работы.

Некоторые виды самостоятельной работы студентов, требующие кратких специальных пояснений, могут быть конкретизированы на индивидуальных консультациях с преподавателем.

В процессе выполнения самостоятельной работы студентам рекомендуется руководствоваться учебной, периодической, научно-технической и справочной литературой, содержащейся в библиотеке института, Интернет-ресурсами, настоящими методическими рекомендациями.

Контроль за самостоятельной работой может осуществляться в форме защиты индивидуальных работ, собеседования, обсуждения рефератов, а также в ходе проведения экзаменационной сессии и промежуточного текущего контроля, в том числе тестирования.

Контроль осуществляется преподавателями во время проведения практических занятий, при этом в конце каждого семинара студент получает оценку за выполнение индивидуальной самостоятельной работы

Задания темы, выносимые на самостоятельную работу	Время подготовки, час	Форма СРС	Форма контроля	Литература (номера источников)
Основные понятия маркетинга и ключевые этапы развития маркетинговой мысли	2	<i>Подготовка к контрольной работе, написание теоретической части реферата</i>	Выборочный опрос на семинарах	[1, гл.1], [4, гл.1,2], [3, р. 1-4] основ. литературы [11] доп. лит.
Основы маркетингового планирования	2	<i>Подготовка к контрольной работе, написание теоретической части курсовой работы</i>	Контрольная работа 1 Тест	[2, гл.8], [4, гл.1,2], [3], [5, раздел VI] основ. литературы [9, 10] доп. литературы
Основы маркетингового исследования	2	<i>Подготовка к контрольной работе, написание аналитической части реферата</i>	Выборочный опрос на семинарах	[1, гл.2-7], [4, гл.3] [6, р.4-8], основной литературы [7-10] доп. лит.
Маркетинговая товарная политика	2	<i>Подготовка к контрольной работе, написание аналитической части курсовой работы</i>	Контрольная работа 2 Тест	[2, гл.8], [4, гл.1,2], [3], [5, раздел VI] основ. литературы [9, 10, 11] доп. литературы
Маркетинговая ценовая политика	2	<i>Подготовка к контрольной работе, написание проектной части реферата</i>	Выборочный опрос на семинарах	[1, гл.2-7], [4, гл.3] [6, р.4-8], основной литературы [7-9, 11,] доп. лит.
Маркетинговая коммуникационная политика	2	<i>Подготовка к контрольной работе, написание проектной части курсовой работы</i>	Контрольная работа 3 Тест	[1, гл.2-7], [3, гл.3] [5, р.4-8], основной литературы [7-10, 11] доп. лит.

4. Методические рекомендации к выполнению реферативной работы

Программа изучения данной дисциплины включает написание рефератов.

Реферат – краткое письменное изложение материала по определенной теме, выполняется с целью привить студентам навыки самостоятельного поиска и анализа информации, формирования умения подбора и изучения литературных источников, используя при этом дополнительную научную, методическую и периодическую литературу.

В общем виде образовательные функции реферата можно представить, сгруппировав следующим образом:

1. Учебные:

- информационная (расширение дисциплинарного кругозора);
- познавательная (усвоение научных сведений, дополняющих обязательную систему знаний);
- стимулирующе-мотивационная (формирование интереса к фундаментальным знаниям, стимулирование потребности в их получении);
- коммуникативная (связующая, устанавливающая контекст учебной дисциплины);
- развивающая (развитие интеллектуальных способностей личности).

2. Научно-исследовательские:

- обучающая (овладение методикой анализа научных материалов);
- ориентационная (ориентация в современных научных подходах в оценке той или иной области знаний);
- интерпретационная (преобразование имеющихся текстов первоисточников в собственный);
- систематизирующая (навыки системной работы; подготовка к последующим курсовым и дипломным работам);
- культурно-речевая (умение осуществлять отбор языковых средств для оформления письменных научных текстов).

3. Вспомогательные:

- воспитывающая (формирование мировоззренческой и ценностно-ориентационной культуры личности);
- организационная (приобретение или совершенствование навыков самостоятельной работы, формирование способов деятельности).

Таким образом, указанная полифункциональность свидетельствует о том, что написание реферата является необходимым и обязательным умением в процессе получения профессионального образования.

Тема реферата выбирается по желанию студента из списка, предлагаемого преподавателем. Выбранная тема согласовывается с преподавателем. После выбора темы требуется подобрать, изучить необходимую для ее разработки информацию. С разрешения преподавателя тема может быть сформулирована студентом самостоятельно.

Реферат, выполненный небрежно, неразборчиво, без соблюдения требований по оформлению, возвращается студенту без проверки с указанием причин возврата на титульном листе.

Критерии оценки:

- знание и понимание проблемы;
- умение систематизировать и анализировать материал, четко и обоснованно формулировать выводы;
- «трудозатратность» (объем изученной литературы, добросовестное отношение к анализу проблемы);
- самостоятельность, способность к определению собственной позиции по проблеме и к практической адаптации материала;
- выполнение необходимых формальностей (точность в цитировании и указании источника текстового фрагмента, аккуратность оформления).

5. Список рекомендуемых источников

Основная литература:

1. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 258 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02014-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084>
2. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 550 с. : табл., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02746-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722>
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 446 с.: табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=418086>
4. Пичурин, И.И. Основы маркетинга: Теория и практика : учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 383 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02090-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637>
5. Мансуров, Р.Е. Технологии маркетинга : практикум / Р.Е. Мансуров. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. - 183 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-9729-0178-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464468>

Дополнительная литература:

6. Калужский, М.Л. Практический маркетинг: учебное пособие / М.Л. Калужский ; Омский государственный технический университет. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 186 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-8975-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456083>
7. Синяева, И.М. Маркетинг услуг: учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 252 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02723-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142>
8. Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>
9. Мансуров, Р.Е. Технологии маркетинга : практикум / Р.Е. Мансуров. - Москва-Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. - 183 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-9729-0178-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464468>
10. Годин, А.М. Маркетинг: учебник / А.М. Годин. - 12-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 656 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02540-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>
11. Романов, А.А. Маркетинг : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. - Москва : Дашков и Ко, 2016. - 440 с. - ISBN 978-5-394-01311-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116012>