

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

УТВЕРЖДЕНО Председатель УМС факультета государственной культурной политики А.Ю. Единак	

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ МАРКЕТИНГ**

Название и код направления подготовки
51.03.03 Социально-культурная деятельность
Профиль подготовки Менеджмент креативных индустрий
Уровень квалификации бакалавр
Форма обучения очная, заочная

*(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)*

Самостоятельная работа студентов (СРС) – это особая форма организации учебного процесса, представляющая собой планируемую, познавательно, организационно и методически направляемую деятельность студентов, ориентированную на достижение конкретного результата, осуществляемую без прямой помощи преподавателя. СРС – часть учебной планируемой работы, которая выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа является неотъемлемой составной частью процесса подготовки специалистов. Задача преподавателя – прививать студентам умение самостоятельно пополнять знания, ориентироваться в потоке информации.

Задачи самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа направлена на усвоение системы научных и профессиональных полученных студентами на аудиторных занятиях; формирования умений и навыков, приобретение опыта самостоятельной творческой деятельности; позволяет осуществлять текущий контроль за освоением курса и промежуточный контроль.

В зависимости от места и времени проведения, характера работы и способов контроля за результатами обучения рекомендуемые виды СРС по дисциплине подразделяются по целям:

- подготовка к аудиторным занятиям (лекциям, практическим занятиям и семинарам);
- самостоятельное изучение отдельных тем (вопросов);
- подготовка к контролю знаний;
- подготовка реферата (эссе);
- выполнение заданий по НИРС.

Дидактические условия, обеспечивающие успешное выполнение самостоятельной работы: четкая формулировка задач и рекомендаций к выполнению; мотивированность учебного задания; целесообразное дозирование объема домашних заданий; определение преподавателем форм отчетности, сроков ее предоставления; определение видов консультационной помощи; критерии оценки, виды и формы контроля.

Содержание СРС по подготовке к аудиторным занятиям составляют: чтение и конспектирование рекомендованных преподавателем источников с последующим обсуждением конкретных вопросов на практических занятиях и семинарах; составление кратких обзоров наиболее характерных судебных дел с последующим обсуждением на семинаре; посещение по заданию преподавателя судебных заседаний, юридических отделов различных организаций, адвокатских кабинетов для ознакомления студентов с их работой и последующим анализом на практических и семинарских занятиях; подготовка отзывов на законопроекты в качестве домашних заданий с последующим обсуждением на аудиторных занятиях; составление проектов правовых документов с учетом изучаемой тематики с последующим их анализом на практическом занятии.

Требования к представлению и оформлению результатов СРС

Самостоятельная работа студентов должна обладать следующими признаками:

быть выполненной лично студентом или являться самостоятельно выполненной частью коллективной работы согласно заданию преподавателя

представлять собой законченную разработку (законченный этап разработки), в которой раскрываются и анализируются актуальные проблемы по определённой теме и её отдельным аспектам (актуальные проблемы изучаемой дисциплины и соответствующей сферы практической деятельности);

демонстрировать достаточную компетентность автора в раскрываемых вопросах;

иметь учебную, научную или практическую направленность и значимость (если речь идет об учебно-исследовательской работе);

содержать определенные элементы новизны (если СРС проведена в рамках научно-исследовательской работы).

Виды контроля СРС соответствуют видам контрольных мероприятий, предусмотренных учебной программой о системе оценки успеваемости студентов и предполагают:

текущий контроль, то есть оперативное, регулярное отслеживание уровня выполнения СРС на лекциях, лабораторных и практических занятиях;

рубежный контроль по окончании изучения дисциплины;

промежуточный контроль, который предполагает учет объема, своевременности и качества выполнения СРС по дисциплине за весь модуль или семестр и осуществляется на зачете или экзамене.

Самоконтроль - осознанное управление своей познавательно-практической деятельностью, осуществляемое студентом в процессе изучения дисциплины, при подготовке к контрольным внешним мероприятиям.

В качестве форм контроля СРС могут быть использованы:

- ▢ экспресс-опрос на лекции и практических занятиях;
- ▢ текущий устный выборочный опрос на практических занятиях;
- ▢ проверка письменных работ;
- ▢ письменное рецензирование;
- ▢ индивидуальное собеседование, консультация;
- ▢ тестирование;
- ▢ выступление с докладом, презентацией.

При проведении контрольных мероприятий преподаватель может применять различные формы и методы контроля в зависимости от его целей, числа студентов и формы СРС:

- ☐ устный;
- ☐ письменный;
- ☐ тестовый (бланковый и автоматизированный);

- ☐ фронтальный;
- ☐ оценка однокурсников или самооценка при проведении деловой игры;
- ☐ сплошной;
- ☐ выборочный.

Формы отчета студента перед преподавателем о результатах выполнения самостоятельной работы:

- 1) аргументированное решение ситуаций, задач;
- 2) конспекты, планы, справки, разработанные студентом;
- 3) графическое представление изученного учебного материала;
- 4) ответы на задания-тесты.

Контроль и оценка СРС должны носить систематический и обоснованный характер.

Оценка выставляется по результатам СРС за определенный контрольный период по накопительной системе.

Критерии оценки устанавливает преподаватель и доводит их до сведения студентов.

При применении рейтинговой системы оценки успеваемости студентов результаты СРС оцениваются в баллах рейтинга, входящих в структуру общей оценки

Оценка результатов самостоятельной работы каждого студента группы должна быть прокомментирована преподавателем на занятии.

Отставание в выполнении графика индивидуальной СРС или его невыполнение (без уважительной причины), низкие оценки результатов СРС свидетельствуют о халатном отношении студента к учебному процессу и предполагают применение административных мер воздействия.

Содержание СРС

Тема	Содержание заданий, выносимых на СРС	Количество часов	Сроки проверки результатов СРС	
		очная форма	заочная форма	
Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга	основные этапы развития маркетинга в России; нормативно-правовая база	-	-	по завершению изучения темы
Задачи маркетинговой деятельности	анализ, планирование в маркетинговой деятельности	-	-	по завершению изучения темы
Эволюция развития маркетинга	влияние всех этапов развития маркетинга на современную ситуацию в данной области	-	-	по завершению изучения темы
Система маркетинговой информации	информационные технологии в маркетинге	-	-	по завершению изучения

				темы
Комплексное исследование товарного рынка	влияние комплексного исследования на состояние товарного рынка	-	-	по завершению изучения темы
Маркетинговая среда и ее структура	основные факторы внешней макро- и микросреды маркетинга	-	-	по завершению изучения темы
Потребительский рынок	влияние маркетинговых технологий на потребительский рынок	-	-	по завершению изучения темы
Общие требования, предъявляемые к стратегии маркетинга	основные цели, принципы и функции стратегического маркетинга	-	-	по завершению изучения темы
Товар в маркетинговой деятельности	жизненный цикл товара и характеристика отдельных этапов	-	-	по завершению изучения темы
Распределение товара	канал распределения товара; факторы товародвижения	-	-	по завершению изучения темы
Система маркетинговых планов	влияние современной ситуации в экономике на становление, развитие маркетинговых планов	-	-	по завершению изучения темы

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Организация текущего контроля

Текущая аттестация по дисциплине осуществляется по направлениям:

- опрос студентов на практических занятиях;
- проведение проверочных работ;
- выступление студентов с докладами, сообщениями, презентациями;
- проверка знаний по самостоятельной работе студентов

Вопросы для рубежного контроля

- ☐ Маркетинг. Основные понятия и определения. Содержание маркетинга. Цели и задачи маркетинга
- ☐ Управление и концепции управления маркетингом
- ☐ Анализ рыночных возможностей и отбор целевых рынков
- ☐ Разработка комплекса маркетинга
- ☐ Концепция системы маркетинговой информации
- ☐ Маркетинговые исследования
- ☐ Основные факторы макросреды функционирования фирмы

- ▢ Модели покупательского поведения
- ▢ Определение товара. Назначение товара. Позиционирование товара на рынке
- ▢ Концепция жизненного цикла товара как критерий выбора маркетинговых исследований
- ▢ Жизненный цикл товара и его практические аспекты
- ▢ Товар и его основные виды. Основные виды классификации товаров
- ▢ Товар в рыночной среде. Товарный знак и его применение
- ▢ Товарный ассортимент и товарная номенклатура. Стратегия разработки новых товаров
- ▢ Методы определения новых товаров и степени их новизны
- ▢ Разработка концепции нового товара
- ▢ Закон Парето в маркетинге
- ▢ Сегментирование рынка. Критерии и принципы сегментации рынка
- ▢ Выбор целевых сегментов рынка
- ▢ Структуры рынка в зависимости от уровня конкуренции
- ▢ Конкуренция и конкурентные силы в маркетинге
- ▢ Конкурентоспособность в маркетинговой деятельности. Качество – важнейший фактор конкурентоспособности товара
- ▢ Анализ и оценка конкурентоспособности фирмы – товаропроизводителя. Методологии оценки конкурентоспособности товара
- ▢ Торговая марка
- ▢ Упаковка и маркировка товаров
- ▢ Задачи ценообразования
- ▢ Методы расчета цены продукта
- ▢ Дифференцированные цены
- ▢ Политика ценообразования
- ▢ Структура цены на товар
- ▢ Анализ цен и товаров конкурентов. Выбор метода ценообразования и установление окончательной цены. Подходы и проблемы ценообразования
- ▢ Стратегическое планирование сбыта. Оценка и выбор каналов сбыта
- ▢ Природа каналов товародвижения. Товародвижение как метод распространения товаров
- ▢ Розничная и оптовая торговля как методы распространения товаров
- ▢ Формирование спроса и стимулирование сбыта товаров
- ▢ Стратегии маркетинговой коммуникации
- ▢ Методы и процедуры маркетинговых исследований
- ▢ Роль маркетинга в стратегическом планировании
- ▢ Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Последовательность разработки планов.

- ┐ Стратегии маркетинга
- ┐ Типы маркетинговой информации и источники ее получения.
Маркетинговая информационная система
- ┐ Информационные системы маркетинга
- ┐ Современные информационные технологии и маркетинговые исследования
- ┐ Процесс маркетинговых исследований. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Разработка планов исследований
 - ┐ Классификация товаров народного потребления.
 - ┐ Классификация товаров промышленного назначения.
 - ┐ Категории маркетинга.
 - ┐ Потребности – исходный момент маркетинговой деятельности.
 - ┐ Покупательское поведение потребителей
 - ┐ Реклама в системе маркетинговой коммуникации
 - ┐ Виды рекламы
 - ┐ SWOT-анализ
 - ┐ Организационные структуры
 - ┐ Особенности организации маркетинга на предприятиях различного типа
- ┐ Восприятие товара-новинки
- ┐ Рынок промежуточных продавцов
- ┐ Рыночный спрос, его виды
- ┐ Понятие емкости рынка и доли рынка
- ┐ Сегментирование рынка товаров производственного назначения

Вопросы к зачету

- } Цели и задачи маркетинговой деятельности
- } Категории маркетинга: нужда, потребность, запрос, обмен, сделка, товар, удовлетворенность
- | Исторические этапы эволюции маркетинга. Сбытовая и маркетинговая ориентация производства
- } Концепции управления маркетингом
- | Тенденции развития маркетинга в современных условиях. Проблемы взаимоотношений общества и маркетинга
- | Основные составляющие процесса управления маркетинговой деятельностью
- | Понятие комплекса маркетинга, характеристика составляющих комплекса маркетинга
- } Понятие маркетинговой среды и ее структура
- } Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды
- } Основные силы, действующие в микросреде
- } Особенности факторов макросреды

- } Внутренняя и внешняя маркетинговая информация, ее источники
- } Основные направления маркетинговых исследований
- } Система маркетинговой информации. Ее составляющие
- } Методы сбора маркетинговой информации
- } Процесс маркетингового исследования
- } Потребительские рынки и модель покупательского поведения потребителей
- } Характеристики покупателя, влияющие на процесс принятия решения о покупке
- } Процесс принятия решения о покупке
- } Рынки организаций и особенности маркетинговой деятельности на этих рынках
- } Рынок товаров промышленного назначения
- } Рынок государственных учреждений
- } Сущность и принципы сегментации рынка
- } Стратегии маркетинга, используемые при выборе рыночных сегментов
- } Процесс сегментации рынка
- } Цель, принципы и атрибуты позиционирования товара на рынке
- } Разработка миссии, целей и стратегии маркетинга
- } Особенности реализации стратегии
- } Содержание понятия товара в маркетинге
- } Классификация товаров
- } Основные задачи товарной политики
- } Маркетинговые решения относительно отдельных товаров. Качество товара и услуги. Марочная политика
- } Формирование товарного ассортимента и товарной номенклатуры
- } Брэндинг в маркетинге
- } Жизненный цикл товара
- } Управление жизненным циклом товара
- } Основные этапы разработки и внедрения в рынок новых товаров
- } Конкурентоспособность товара
- } Ценообразование на разных типах рынков
- } Исходная цена, ее расчет
- } Ценообразование и спрос
- } Основные методы ценообразования
- } Основные типы стратегий ценообразования
- } Виды цен
- } Товародвижение и его роль в политике маркетинга
- } Каналы товародвижения и факторы, влияющие на их выбор
- } Виды розничной торговли.
- } Сущность и организационные формы оптовой торговли
- } Лизинг как форма реализации продукции
- } Реклама как особый вид маркетинговой деятельности
- } Организация рекламной кампании и оценка ее эффективности

- } PR как форма маркетинговых коммуникаций
- } Виды организационных структур службы маркетинга
- } Маркетинговый раздел бизнес-плана
- } Контроль маркетинговых мероприятий. Виды контроля
- } Виды и характеристики услуг
- } Особенности маркетинговой деятельности организаций сферы услуг

Критерии оценки

Рубежный контроль

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по каждой дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ.

Рубежный контроль предусматривает оптимальное накопление оценок успеваемости каждого студента.

Накопление оценок успеваемости студентов осуществляется при использовании разнообразных методов оценки знаний:

- ▢ устные ответы
- ▢ письменные работы
- ▢ практические работы

Зачет

Качество и глубина приобретенных знаний фиксируются посредством осуществления контроля в форме сдачи зачета. Задачей итогового зачета является систематизация и закрепление знаний, полученных студентами за весь период обучения в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта.

Зачет ставится по результатам ответов и выступлений на практических занятиях. При подготовке к ответу студенту следует составить краткий план.

При ответе следует избегать подачи информации, не относящейся непосредственно к заданным вопросам и отвечать, по существу.

Оценка знаний студентов производится с учетом выполнения ими требований учебной программы курса. При оценке знаний в обязательном порядке также учитывается активная работа студентов на семинарах, итоги тестирования, но определяющим элементом всегда является степень усвоения учебной программы.

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

При изучении дисциплины обучающимися используются следующие информационные технологии:

- аудиовизуальное представление обучающимся с помощью компьютера содержания отдельных тем дисциплины на лекционных занятиях;
- предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- фиксация хода образовательного процесса по дисциплине посредством электрон-

ной информационно-образовательной среды института;

- формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Word, Excel, Power Point;

Adobe Photoshop;

Adobe Premiere;

Power DVD;

Media Player Classic.

ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия по дисциплине «Введение в профессию» проводятся в аудиториях, оснащенных видеопроекционным оборудованием для презентаций, широкоформатным стационарным экраном, звуковой усилительной аппаратурой, системой автоматического затемнения, аудиторным оборудованием для работы обучающихся. средствами звуковоспроизведения и экраном (видеопроектор; ноутбук; экран).

Аудитории для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МГИК.

Аудитория для самостоятельной работы - 302 (2 корпус).

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- ☐ для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - зачёт проводится в устной форме или выполняются тестовые задания.
- ☐ для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - зачёт проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- ☐ для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - зачёт проводится в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- ☐ для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- ☐ для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- ☐ для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- ☐ для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- ☐ для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- ☐ для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению **51.03.03 «Социально-культурная деятельность, профилю «Менеджмент креативных индустрий».**

Составитель: Чернов А.С., кандидат пед. наук, доцент