

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гаранин Максим Алексеевич
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 09.06.2016 08:13:43
Уникальный программный ключ:
09f9c0855a13fb1cc9fc841ffccb251a28eca6f4

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ
(СамГУПС)

УТВЕРЖДАЮ

Начальник УМУ

Оберт Ю.Ю.Оберт
24 октября 2016 г.

Маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Кафедра	Менеджмент и логистика на транспорте
Направление подготовки	23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства
Направленность (специализация)	"Подъемно-транспортные, строительные, дорожные средства и оборудование"
Квалификация	инженер
Форма обучения	очная
Объем дисциплины	2 ЗЕТ

Программу составил(и):

доцент кафедры "Менеджмент и логистика на транспорте" И.В. Серяпова



Рабочая программа дисциплины

Маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по специальности 23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства (уровень специалитета) утвержден Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. N 1022

составлена на основании учебного плана:

Специальность 23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства
Специализация № 2 «Подъемно-транспортные, строительные, дорожные средства и оборудование»
утвержденного учёным советом вуза от 28.09.2016 протокол №22.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Менеджмент и логистика на транспорте

Протокол от 12 10 2016 г. № 2

Срок действия программы: 2016-2021 уч.г.

Зав. кафедрой д.т.н., профессор Хайтбаев В.А.



Согласовано:

Председатель СОП по направлению подготовки/специальности

23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства

к.т.н., доцент Свечников А.А.



Рабочая программа дисциплины зарегистрирована в учебно-методическом управлении

Регистрационный № 20-32.05/20

Дата регистрации 12.10.16



Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель СОП

__ _____ 2017 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения
в 2017-2018 учебном году на заседании кафедры
Менеджмент и логистика на транспорте

Протокол от __ _____ 2017 г. № __
Зав. кафедрой д.т.н., профессор Хайтбаев В.А. _____.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель СОП

__ _____ 2018 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2018-2019 учебном году на заседании кафедры
Менеджмент и логистика на транспорте

Протокол от __ _____ 2018 г. № __
Зав. кафедрой д.т.н., профессор Хайтбаев В.А. _____.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель СОП

__ _____ 2019 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2019-2020 учебном году на заседании кафедры
Менеджмент и логистика на транспорте

Протокол от __ _____ 2019 г. № __
Зав. кафедрой д.т.н., профессор Хайтбаев В.А. _____.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель СОП

__ _____ 2020 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании кафедры
Менеджмент и логистика на транспорте

Протокол от __ _____ 2020 г. № __
Зав. кафедрой д.т.н., профессор Хайтбаев В.А. _____.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целью дисциплины является подготовка к ведению практической деятельности в области маркетинга по направлению 23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства направленность "Подъемно-транспортные, строительные, подъемные средства и оборудование» посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных учебным планом, в части представленных ниже знаний, умений и владений.

Задачами дисциплины является изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, развитие навыков применения теоретических знаний для решения практических задач.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код дисциплины	Наименование дисциплины	Коды формируемых компетенций
2.1 Осваиваемая дисциплина		
Б1.Б13	Маркетинг	ПК-3
2.2 Предшествующие дисциплины		
Б1.Б.09	Экономическая теория	ОК-4, ОПК-4
2.3 Осваиваемые параллельно дисциплины		
Б1.Б14	Экология	ОПК-8
2.4 Последующие дисциплины		
Б1.Б.18	Правоведение	ОК-5
Б1.Б.ДВ.07.01	Менеджмент и экономика предприятий железнодорожного транспорта	ОПК-3
Б1.Б.ДВ.07.02	Системы менеджмента качества наземных транспортно-технологических средств	ОПК-3

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

3.1 Объем дисциплины (модуля) 6 ЗЕТ

3.2 Распределение академических часов по семестрам (офо)/курсам(зфо) и видам учебных занятий

Вид занятий	№ семестра/курса																						Итого	
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10					
	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД		
Контактная работа:							36	36														36	36	
Лекции							18	18														18	18	
Лабораторные																								
Практические							18	18														18	18	
Консультации																								
Инд. работа																								
Контроль																								
Сам. работа							36	36														36	36	
Итого							72	72														72	72	

Форма контроля	Семестр/курс	Нормы времени на самостоятельную работу обучающегося	
		Вид работы	Нормы времени, час
Экзамен	-	Подготовка к лекциям	0,5 часа на 1 час аудиторных занятий
		Подготовка к практическим/лабораторным занятиям	1 час на 1 час аудиторных занятий
Зачет	4/2	Подготовка к зачету	9 часов
Курсовой проект	-	Выполнение курсового проекта	72 часа
Курсовая работа	-	Выполнение курсовой работы	36 часов
Контрольная работа	-	Выполнение контрольной работы	9 часов
РГР	-	Выполнение РГР	18 часов
Реферат/эссе	-	Выполнение реферата/эссе	9 часов

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

4.1 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

ПК-3: способность проводить техническое и организационное обеспечение исследований, анализ результатов и разработку предложений по их реализации

Знать:	
Уровень 1	методы проведения маркетинговых исследований
Уровень 2	сущность маркетинговых исследований, классификацию маркетинговых исследований и их роль в
Уровень 3	этапы процесса маркетинговых исследований и бенчмаркинга; особенности применения результатов исследований в практической деятельности предприятия.
Уметь:	
Уровень 1	проводить маркетинговые исследования
Уровень 2	анализировать и сопоставлять информацию, полученную в результате маркетинговых исследований
Уровень 3	применять теоретические основы полученных знаний
Владеть:	
Уровень 1	навыками работы с экономической литературой;
Уровень 2	экономическим языком предметной области: основными финансовыми терминами, понятиями и определениями
Уровень 3	методами анализа и обработки информации, полученной в результате маркетинговых исследований методами статистического анализа маркетинговой информации

4.2. Результаты обучения по дисциплине (модулю)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать:
формулировку и методы решения задач, возникающих в ходе научно-исследовательской; основные типы взаимоотношений производителя и потребителя; основные функции маркетинга; систему маркетинговой информации; источники маркетинговой информации; алгоритм сбора маркетинговых данных; задачи ценообразования; методы ценообразования; типы позиционирования товаров и услуг; методы стимулирования сбыта и инструменты деятельности по связям с общественностью

Уметь:
разрабатывать новые методы маркетингового исследования, исходя из задач конкретного исследования на рынке; провести маркетинговое исследование на рынке в соответствии с поставленными целями; переоценивать накопленный опыт в свете развития науки и изменяющейся социальной практики, эффективно использовать свой интеллектуальный потенциал; обрабатывать полученные результаты, анализировать и осмысливать их с учетом имеющихся литературных данных; создавать клиентскую базу данных; управлять клиентской базой данных; сравнивать результаты применения различных управленческих решений.

Владеть:
методическим аппаратом, позволяющим исследовать, анализировать и прогнозировать явления в области маркетинга; навыками самостоятельной аналитической и проектной работы, требующей широкого образования в соответствующем направлении;

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр / курс	К-во ак. часов	Компетенции	Литература	Инте ракт..часы	Форма занятия
	Раздел 1. Маркетинг как вид деятельности, как стратегия и как философия бизнеса							
1.1	Цели, принципы и функции маркетинга	/Лек/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
1.2	Виды маркетинга	/Пр/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
1.3	. Принципы организации маркетинговой деятельности в компании	/Ср/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
	Раздел 2. Внешняя и внутренняя среда маркетинга							
2.1	Понятие и классификация окружающей маркетинговой среды	/Лек/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
2.2	Анализ маркетинговой среды	/Пр/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
	Раздел 3. Анализ потребительского рынка							

3.1	Анализ потребительского рынка	/Лек/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
3.2	Определение спроса и предложения на потребительском рынке и его емкости	/Пр/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
	Раздел 4. Товарная политика							
4.1	Товарные стратегии. Разработка нового товара	/Лек/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
4.2	Маркетинг жизненного цикла товара	/Пр/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
4.3	Марочный маркетинг. Тестирование товара, названия, упаковки	/Ср/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
	Раздел 5. Ценовая политика							
5.1	Роль и функции цены. Ценовые стратегии	/Лек/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
5.2	Методы маркетингового ценообразования	/Пр/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
5.3	Факторы маркетингового ценообразования. Виды скидок	/Ср/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
	Раздел 6. Продвижение							
6.1	Цели маркетинговых коммуникаций. Формы коммуникаций	/Лек/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
6.2	Этапы разработки форм коммуникаций	/Пр/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
6.3	Принципы формирования рекламного бюджета	/Ср/	4/2	1	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
	Раздел 7. Товародвижение и его каналы							
7.1	Виды посредников. Причины и стратегии выбора посредников	/Лек/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
7.2	Каналы распределения	/Пр/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2,		
7.3	Функции и этапы сбыта	/Ср/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2,		
	Раздел 8. Маркетинговые исследования							
8.1	Цели и этапы маркетинговых исследований	/Лек/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
8.2	Система маркетинговой информации. Типология маркетинговых исследований	/Пр/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
	Раздел 9. Конкуренция и конкурентоспособность							
9.1	Рынок: конкурентоспособность и конкурентное преимущество с позиции маркетинга	/Лек/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
9.2	Качество и конкурентоспособность	/Пр/	4/2	2	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
	Раздел 10. Самостоятельная работа обучающихся							
10.1	Подготовка к лекциям	Ср	4/2	9	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		

10.2	Подготовка к практическим занятиям	Ср	4/2	18	ПК-3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2		
------	------------------------------------	----	-----	----	------	------------------------	--	--

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Текущий контроль проводится:

- в форме опроса по темам практических работ;
- в форме самостоятельной домашней контрольной работы;
- в форме выполнения тестового задания
- сдачи зачета

Матрица оценки результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Дескрипторы	Оценочные средства/формы контроля			
		Контрольная работа	Опрос по практической работе	Тест	Зачет
ПК-3	знает	+	+	+	+
	умеет	+	+	+	+
	владеет	+	+		

6.2 Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Критерии формирования оценок по выполнению типовых контрольных работ

«Отличный уровень компетенции» (5 баллов) – ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов.
«Хороший уровень компетенции» (4 балла) – ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов.
«Удовлетворительный уровень компетенции» (3 балла) – ставится за работу, если студент правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и двух недочетов.
«Неудовлетворительный уровень компетенции» (0 баллов) – ставится за работу, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Виды ошибок:

- грубые ошибки: незнание основных понятий; незнание приемов решения задач расчета деталей машин; ошибки, показывающие неправильное понимание условия предложенного задания.
- негрубые ошибки: неточности расчета прочностных задач; нерациональный выбор хода решения.
- недочеты: нерациональные приемы решения задач; арифметические ошибки в вычислениях, если эти ошибки грубо не искажают реальность полученного результата; отдельные погрешности в формулировке выводов по результатам решения; небрежное выполнение задания.

Критерии формирования оценок по выполнению тестовых заданий

«Отличный уровень компетенции» (5 баллов) – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 100 – 90% от общего объема заданных тестовых вопросов.
«Хороший уровень компетенции» (4 балла) – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 89 – 70% от общего объема заданных тестовых вопросов.
«Удовлетворительный уровень компетенции» (3 балла) – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 69 – 40% от общего объема заданных тестовых вопросов.
«Неудовлетворительный уровень компетенции» (0 баллов) - получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – менее 39% от общего объема заданных тестовых вопросов.

Критерии формирования оценок по практической работы

«Отличный уровень компетенции» (5 баллов) – студент показал глубокие знания материала по поставленным вопросам, грамотно, логично его излагает, структурировал и детализировал информацию.

«Хороший уровень компетенции» (4 балла) – студент твердо знает материал, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в ответ на вопросы.

«Удовлетворительный уровень компетенции» (3 балла) – студент имеет знания основного материала по поставленным вопросам, но не усвоил его деталей, допускает отдельные неточности.

«Неудовлетворительный уровень компетенции» (0 баллов) – студент допускает грубые ошибки в ответе на поставленные вопросы, демонстрирует отсутствие необходимой информации в презентации.

Критерии формирования оценок по зачету

К зачету допускаются студенты, выполнившие более 60% заданий по самостоятельной работе в 3 семестре.

«Уровень освоения компетенции «зачтено»» - студент демонстрирует знание основных разделов программы изучаемого курса: его базовых понятий и фундаментальных проблем; приобрел необходимые умения и навыки, освоил вопросы практического применения полученных знаний, не допустил фактических ошибок при ответе, достаточно последовательно и логично излагает теоретический материал, допуская лишь незначительные нарушения последовательности изложения и некоторые неточности.

«Уровень освоения компетенции «незачтено»» - выставляется в том случае, когда студент демонстрирует фрагментарные знания основных разделов программы изучаемого курса: его базовых понятий и фундаментальных проблем. У экзаменуемого слабо выражена способность к самостоятельному аналитическому мышлению, имеются затруднения в изложении материала, отсутствуют необходимые умения и навыки, допущены грубые ошибки и незнание терминологии, отказ отвечать на дополнительные вопросы, знание которых необходимо для получения положительной оценки.

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Вопросы для подготовки к зачету.

1. Концепции маркетинга. Специфика маркетинга в России.
2. Маркетинг в эволюции концепций товаропроизводства.
3. Функции маркетинга.
4. Первичная и вторичная информация..
5. Глобальная маркетинговая среда как макросреда бизнеса и ее роль в разработке комплекса маркетинга (4 Р).
6. Международный маркетинг.
7. Микросреда маркетинга (4 С) и ее роль в разработке маркетинговых решений (4 Р).
8. Интернет как среда ведения маркетинга.
9. Комплексный маркетинг (4 Р).
10. Этапы формирования маркетинга отношений; их содержание и отличия.
11. SWOT-анализ и его роль в маркетинге.
12. матрица Ансоффа в маркетинге.
13. Маркетинговая классификация продуктов.
14. Маркетинг баз данных: значение, преимущества и сферы использования.
15. Сегментирование рынка.
16. Стратегический подход к управлению маркетингом.
17. Целевой сегмент и выбор целевого сегмента
18. Товар и позиционирование продукта.
19. Стратегии достижения целевых рынков в зависимости от выбора целевых сегментов.
20. Маркетинговое исследование и его виды; методы сбора информации.
21. Маркетинговая информация: виды, средства формирования, система.
22. Этапы процесса маркетингового исследования и их содержание.
23. Тоар и его уровни.
24. Модель потребительского поведения; факторы
25. Процесс решения о покупке.
26. Брэнд и марка.
27. Внешние, или социальные, факторы поведения потребителей.
28. Внутренние, или психологические, факторы поведения потребителей.
29. Маркетинговое управление процессом решения потребителя о покупке.
30. Деловые (B2B) рынки: основные типы покупателей и сегментация.
31. Особенности делового покупательского поведения.
32. Маркетинговые аспекты жизненного цикла продукта (длина, форма) и его этапов.
33. Каналы распределения
34. Оптовые посредники; их функции и типы.
35. Прямой маркетинг, его основные средства и характеристики их использования.
36. Реклама и ее виды.
37. Критерии выбора типа маркетингового канала.
38. Маркетинговый канал, его функции и типы.
39. Розничные операторы рынка; их классификация и типы.

40. Маркетинговые коммуникации; модель, цели, средства и их характеристика.
41. Процесс разработки маркетинговой коммуникации; характеристика этапов.
42. Бюджет продвижения и методы его определения.
43. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций.
44. Цели ценовой политики компании.
45. Организация и оценка рекламной деятельности компании.
46. Продвижение продаж; средства, ориентированные на конечных и деловых потребителей.
47. Разработка кампании продвижения продаж и оценка ее результатов.
48. Паблик Рилейшнз: направления, средства, оценка эффективности.
49. Личные продажи; их виды и процесс.
50. Управление службой продаж компании.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Процедура промежуточной аттестации проходит в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся в СамГУПС

7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Кол-во
Л1.1	Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова.	Основы маркетинга (для бакалавров) [Электронный ресурс] : учебное пособие /— Электрон. дан.:	М. : КноРус, 2015. — 236 с.	http://e.lanbook.com/books/elements/
Л1.2	В.Д. Секерин	Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон. дан.	— М. : КноРус, 2013. — 232 с.	http://e.lanbook.com/books/elements/pbr?pl_i

7.1.2 Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Кол-во
Л2.1	И. Н. Герчикова	Менеджмент: учебник	М.: Банки и	1
Л2.2	Кеворков, В.В	Практикум по маркетингу [Электронный ресурс] : учебное пособие Электрон. дан.	М. : КноРус, 2015. — 567 с	http://e.lanbook.com/books/elements/

7.2 Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во
М1	В.А. Хайтбаев И.В. Серяпова А.С. Климова	«Маркетинг» Методические указания к выполнению практических работ для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент профили «Логистика», «Производственный менеджмент» и направлению подготовки 38.03.01 – Экономика профили «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит», «Экономика предприятий» очной и заочной форм обучения	Самара: СамГУПС, 2015.	http://do.samgups.ru/moodle/
М2	Сост. Куренков П.В.,Серяпова И.В.,Бандуров В.В.	Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине "Маркетинг": для студ. эконо. спец. очн. и заоч. форм обуч.	Самара: СамГУПС, 2011	50

7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Наименование ресурса	Эл.адрес
Э1	Дистанционные образовательные ресурсы	http://do.samgups.ru/moodle/

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Обучающийся должен прослушать курс лекций в объеме 18 часов, проделать практические работы в объеме 18 часов в порядке предусмотренным пунктом 5 настоящей рабочей программы. После освоения обучающийся сдает зачет.

9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Используются электронные библиотечные системы, список которых указан на сайте СамГУПС в разделе «Библиотека»

9.1 Перечень программного обеспечения

9.1.1	Использование специализированного программного обеспечения данной программой не предусматривается
-------	---

9.2 Перечень информационных справочных систем

9.2.1	ЭБС «Лань».
9.2.2	Образовательно-справочный сайт по экономике http://www.economicus.ru/
9.2.3	Федеральный образовательный портал – Экономика, Социология, Менеджмент http://www.ecsocman.edu.ru/
9.2.4	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования. Режим доступа: http://elibrary.ru

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

Лекционная аудитория (50 и более посадочных мест) и аудитория для проведения практических занятий (25 и более посадочных мест) оборудованные учебной доской, партами, стульями; неограниченный доступ к электронно-библиотечным системам (через ресурсы библиотеки СамГУПС), к электронной информационно-образовательной среде moodle и к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в рамках самостоятельной работы обучающегося.