

Документ подписан в системе электронной подписи
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 01.12.2024 23:16:04
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ"

Факультет
Кафедра

Производственного менеджмента и маркетинга
Маркетинга и логистики



"УТВЕРЖДАЮ"
Проректор
Л.Н. Костина
30.08.2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.24

"Концепции современного маркетинга"

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Профиль "Маркетинг"

Квалификация	БАКАЛАВР
Форма обучения	очная
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Год начала подготовки по учебному плану	2022

Донецк
2022


Составитель(и):
канд. ист. наук, доцент


С.А.Барышников

ассист.


О.В. Макарова

Рецензент(ы):
канд. экон. наук, доцент


В.Ю. Лунина

Рабочая программа дисциплины "Концепции современного маркетинга" разработана в соответствии с:

Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (квалификация «академический бакалавр», «прикладной бакалавр») (утвержден приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики №859 от 24.08.2016 г.)

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 970 от 12.08.2020 г.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании учебного плана: Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль "Маркетинг", утвержденного Ученым советом ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" от 30.08.2022 г. протокол № 1/4.

Срок действия программы: 2022-2026

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики

Протокол от 26.08.2022 г. № 1

Заведующий кафедрой:

д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

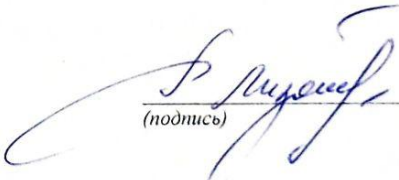

(подпись)

Одобрено Предметно-методической комиссией кафедры маркетинга и логистики

Протокол 26.08.2022 г. № 1

Председатель ПМК:

канд.экон.наук, доцент, Лизогуб Р.П.


(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от "___" _____ 2023 г. №__

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от "___" _____ 2023 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук доцент Барышникова Л.П. _____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от "___" _____ 2024 г. №__

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от "___" _____ 2024 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П. _____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от "___" _____ 2025 г. №__

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от "___" _____ 2025 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук доцент Барышникова Л.П. _____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК _____ (подпись)

Протокол от "___" _____ 2026 г. №__

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от "___" _____ 2026 г. №__

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П. _____ (подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
Цель изучения дисциплины - формирование основных компетенций организационно – управленческого и аналитического характера будущего высококвалифицированного специалиста, владеющего теоретическими знаниями об управлении подразделениями, группами (командами) сотрудников, формировании стратегий развития организаций и их отдельных подразделений в области маркетинга, обладающего устойчивыми навыками анализа, контроля, управления и обоснования усовершенствования форм маркетинговой деятельности.	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
Задачи учебной дисциплины: - рассмотреть методологические основы и практику маркетинга как комплексного подхода к управлению производством и реализации продукции на рынках с учётом спроса и требований потребителей; - выработать умения и навыки практического применения моделей и инструментов современного маркетинга; - использовать полученные знания для повышения эффективности деятельности предприятий и	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В
1.3.1. Дисциплина "Концепции современного маркетинга" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:	
Введение в профессию	
История управленческой мысли	
Основы научных исследований	
1.3.2. Дисциплина "Концепции современного маркетинга" выступает опорой для следующих элементов:	
Поведение потребителей	
Маркетинг закупок	
Маркетинг услуг	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
ПК-5.1: Обладать знаниями в области основы предпринимательства, маркетинга, менеджмента, систему инструментов маркетинга и интернет-маркетинга, вэб-дизайна; особенности функционирования современных рекламных и медийных систем и площадок; методы планирования и контроля	
Знать:	
Уровень 1	основы документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
Уровень 2	понятие и виды производственных процессов
Уровень 3	принципы организации производственного процесса
Уметь:	
Уровень 1	документально оформлять решения в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
Уровень 2	различать виды производственных процессов
Уровень 3	принципы организации производственного процесса
Владеть:	
Уровень 1	навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
Уровень 2	видами производственных процессов
Уровень 3	принципами организации производственного процесса
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
ПК-5.2: Демонстрировать навыки составления системы показателей эффективности; распределения работы и выделять ресурсы по реализации стратегии; составления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей	
Знать:	
Уровень 1	сущность производственной структуры предприятия

Уровень 2	особенности производственной мощности предприятия при внедрении технологических, продуктовых инноваций и организационных изменений
Уровень 3	сущность бизнес-планирования в социальном предпринимательстве, методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами при разработке и реализации бизнес-планов проектов социального предпринимательства
Уметь:	
Уровень 1	анализировать производственной структуры предприятия
Уровень 2	особенности производственной мощности предприятия при внедрении технологических, продуктовых инноваций и организационных изменений, координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в определенных сферах деятельности организации для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ
Уровень 3	использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления процессом бизнес-планирования проектов социального предпринимательства, готовить аналитические материалы по результатам их применения
Владеть:	
Уровень 1	навыками анализа производственной структуры предприятия
Уровень 2	особенностями производственной мощности предприятия при внедрении технологических, продуктовых инноваций и организационных изменений
Уровень 3	навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в определенных сферах деятельности организации
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-5.3: Подбирать каналы продвижения; разрабатывать показатели эффективности; составлять стратегии продвижения</i>	
Знать:	
Уровень 1	методические подходы к процедурам подготовки и принятия решений организационно-управленческого характера, порядок поведения в нестандартных ситуациях
Уровень 2	методы сбора, обработки и анализа информации
Уровень 3	основы планирования и организации маркетинговой деятельности, маркетинговые инструменты
Уметь:	
Уровень 1	анализировать информацию для принятия управленческих решений, оценивать возможность реализации решения с точки зрения выбранных целевых показателей и имеющихся ресурсов
Уровень 2	разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций и принимать на ее основе управленческие решения
Уровень 3	применять методы и средства обработки информации при формировании предложений по совершенствованию деятельности организации и / или структурного подразделения
Владеть:	
Уровень 1	навыками применения методов экономического и стратегического анализа, поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в процессе разработки и реализации мероприятий
Уровень 2	навыками разработки организационно управленческих решений, анализа возможных последствий, оценки эффективности принятых решений
Уровень 3	навыками расчета эффективности маркетинговых мероприятий и программ в целях обеспечения конкурентоспособности предприятия
В результате освоения дисциплины "Концепции современного маркетинга" обучающийся	
3.1	Знать:
	основы документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
	понятие и виды производственных процессов;
	принципы организации производственного процесса;
	сущность производственной структуры предприятия;

	особенности производственной мощности предприятия при внедрении технологических, продуктовых инноваций и организационных изменений;
	сущность бизнес-планирования в социальном предпринимательстве, методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами при разработке и реализации бизнес-планов проектов социального предпринимательства;
	методические подходы к процедурам подготовки и принятия решений организационноуправленческого характера, порядок поведения в нестандартных ситуациях
3.2 Уметь:	
	документально оформлять решения в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
	различать виды производственных процессов;
	принципы организации производственного процесса;
	анализировать производственной структуры предприятия;
	особенности производственной мощности предприятия при внедрении технологических, продуктовых инноваций и организационных изменений, координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в определенных сферах деятельности организации для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;
	использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления процессом бизнес-планирования проектов социального предпринимательства, готовить аналитические материалы по результатам их применения;
	использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления процессом бизнес-планирования проектов социального предпринимательства, готовить аналитические материалы по результатам их применения
3.3 Владеть:	
	навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; видами производственных процессов;
	принципами организации производственного процесса;
	навыками анализа производственной структуры предприятия;
	особенностями производственной мощности предприятия при внедрении технологических, продуктовых инноваций и организационных изменений;
	навыками поэтапного контроля реализации бизнеспланов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в определенных сферах деятельности организации для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;
	навыками применения методов экономического и стратегического анализа, поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в процессе разработки и реализации мероприятий социального маркетинга и рекламы на рынке услуг социального предпринимательства;
	навыками разработки организационно управленческих решений, анализа возможных последствий, оценки эффективности принятых решений.
1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
Промежуточная аттестация	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим "Порядок организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС". По дисциплине "Концепции современного маркетинга" видом промежуточной аттестации является Зачет	

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Концепции современного маркетинга" составляет 2 зачётные единицы, 72 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Эволюция теории маркетинга и его основные принципы						
Тема 1.1. Эволюция маркетинга /Лек/	2	2	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Эволюция маркетинга /Сем зан/	2	4	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Эволюция маркетинга /Ср/	2	6	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Концептуальные положения теории маркетинга /Лек/	2	2	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Концептуальные положения теории маркетинга /Сем зан/	2	4	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Концептуальные положения теории маркетинга /Ср/	2	6	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 2. Современные проблемы маркетинга и пути их разрешения						
Тема 2.1. Маркетинг и современное общество /Лек/	2	4	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Маркетинг и современное общество /Сем зан/	2	2	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

				Э1 Э2 Э3		
Тема 2.1. Маркетинг и современное общество /Ср/	2	6	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Психологические различия современных концепций маркетинга /Лек/	2	4	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Психологические различия современных концепций маркетинга. /Сем зан/	2	2	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Психологические различия современных концепции маркетинга. /Ср/	2	4	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 3. Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций						
Тема 3.1. Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций /Лек/	2	2	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1. Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций /Сем зан/	2	2	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 3.1. Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций /Ср/	2	4	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Раздел 4. Концепции современного маркетинга						
Тема 4.1. Концепция CSRP «CUSTOMER SYNCHRONIZED RESOURCE PLANNING» (синхронное с клиентом планирование ресурсов). /Лек/	2	2	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 4.1. Концепция CSRP «CUSTOMER SYNCHRONIZED RESOURCE PLANNING» (синхронное с клиентом планирование ресурсов). /Сем зан/	2	2	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 4.1. Концепция CSRP «CUSTOMER SYNCHRONIZED RESOURCE	2	4	ПК-5.1 ПК-5.2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3	0	

PLANNING» (синхронное с клиентом планирование ресурсов). /Ср/			ПК-5.3	.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3		
Тема 4.2. Политика продвижения в системе маркетинга /Лек/	2	2	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 4.2. Политика продвижения всистеме маркетинга /Сем зан/	2	2	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 4.2. Политика продвижения в системе маркетинга /Ср/	2	4	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 4.2. Политика продвижения в системе маркетинга /Конс/	2	2	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<p>3.1 В процессе освоения дисциплины "Концепции современного маркетинга" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), практические занятия (ПР), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.</p> <p>3.2 В процессе освоения дисциплины Методология и методы научных исследований используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.</p> <p>При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.</p> <p>3.3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.</p>

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Цветкова, Е.А.	Основные концепции экономики. История экономических учений: практикум (56 с.)	Москва: Московский педагогический государственный университет, 2019 г.

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.3	Кафидов, В.В.	Современные концепции управления: учебник (442 с.)	Москва : Креативная экономика, 2020 г.
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	О.Н. Баркалова, С. С.А. Барышников	Концепции современного маркетинга: конспект лекций для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (176 с.)	ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2020 г.
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	В.Ю. Лунина, О.В. Макарова	Концепции современного маркетинга: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для студентов 1 курса ОП бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной/заочной форм обучения (38 с.)	Донецк: «ДОНАУИГС», 2022 г.
Л3.2	В.Ю. Лунина, О.В. Макарова	Концепции современного маркетинга: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов 1 курса ОП бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной/заочной форм обучения (40 с.)	Донецк: «ДОНАУИГС», 2022 г.
Л3.3	В.Ю. Лунина, О.В. Макарова	Концепции современного маркетинга: конспект лекций для студентов 1 курса ОП бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной/заочной форм обучения (117 с.)	Донецк: «ДОНАУИГС», 2022 г.
4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	АртМаркетинг	www.bci-marketing.aha.ru	
Э2	Институт маркетинговых исследований	www.forum.gfk.ru	
Э3	Практический маркетинг	www.bci-marketing.aha.ru	
4.3. Перечень программного обеспечения			
<p>Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:</p> <ul style="list-style-type: none"> – компьютерная техника и системы связи используются для создания, сбора и обработки информации; – электронные презентации; – электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь для взаимодействия с обучающимися; – дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды Moodle; – Яндекс.Телемост используются для проведения дистанционного обучения и консультаций; – электронные библиотечные ресурсы ДОНАУИГС. <p>Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда Moodle.</p>			
4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы			
<p>Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ГОУ ВПО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС "Лань"), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.</p>			
4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины			

1.1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория № 310 учебный корпус № 2. – комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (48), стационарная доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

1.2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: №208 учебный корпус №2.

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, демонстрационные плакаты;

1.3. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94.

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ГОУ ВПО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

2 учебный корпус, г. Донецк, пр. Богдана Хмельницкого, 108 (ГОУ ВПО «ДОНАУИГС»)

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Природа и роль макро- и микромаркетинга.
2. Характеристика сбытовой концепции маркетинга.
3. Характеристика концепции социально-этичного маркетинга.
4. Характеристика маркетинга партнерских отношений.
5. Характер взаимодействия областей знаний «психология» и «маркетинг».
6. Применение маркетинговых стратегий с учетом различий в национальных традициях.
7. Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций: латеральный маркетинг.
8. Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций: вирусный маркетинг.
9. Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций: партизанский маркетинг.
10. Формы маркетинга, реализуемые в рамках его современных концепций: аромамаркетинг.

5.2. Темы письменных работ

1. Возможности использования различных концепций маркетинга в современном бизнесе
2. Маркетинг макро -микроуровня: проблемы и перспективы.
3. Реальность и возможности использования маркетингового подхода государственными учреждениями и организациями
4. Психологические составляющие маркетинга как вида практической деятельности.
5. Применение маркетинговых стратегий с учетом различных национальных традиций, специфической социальной и этнической психологии людей.
6. Латеральный маркетинг в деятельности конкретной организации.
7. Партизанский маркетинг: возможности применения.
8. Вирусный маркетинг: практический подход

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Концепции современного маркетинга" разработан в соответствии с локальным нормативным актом "Порядок разработки и содержания фондов оценочных средств основной образовательной программы высшего профессионального образования в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Концепции современного маркетинга" в полном объеме представлен в учебно-методическом комплексе дисциплины.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контроль знаний по разделам), оценки активности работы студента на занятии, включая задания для самостоятельной и индивидуальной работы.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.
- 2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС».

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую, информационно-обучающую, ориентирующую и стимулирующую, воспитывающую, исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках изучения дисциплины:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
5. Выполнение заданий по контролю знаний.

Рекомендуется с самого начала освоения учебного материала работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые обучающийся получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы имеют определенную специфику. При освоении материала обучающийся может пользоваться библиотекой ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к выполнению контроля знаний по разделам
К контролю знаний по разделам необходимо готовиться путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений отдельных домашних заданий. Однако каждый обучающийся должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к итоговому контролю

При подготовке к итоговому контролю обучающийся должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контроль знаний по разделам.

**РЕЦЕНЗИЯ
на РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.24 «Концепции современного маркетинга»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль «Маркетинг»

Разработчики: Барышников С.А., канд. ист. наук, доцент, доцент;

Макарова О.В., ассистент

Кафедра маркетинга и логистики

Представленная на рецензию рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Концепции современного маркетинга» разработаны в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (квалификация «академический бакалавр», «прикладной бакалавр») (утвержден приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики №859 от 24.08.2016 г.) и Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 970 от 12.08.2020 г.).

Рабочая программа дисциплины содержит требования к уровню подготовки бакалавров по приобретению теоретических знаний и практических навыков, которые предъявляются к обучающимся данного направления подготовки в ходе изучения учебной дисциплины.

В рабочей программе сформулированы цели и задачи освоения дисциплины.

В разделе «Место дисциплины в структуре образовательной программы» указаны требования к предварительной подготовке обучающихся, а также последующие дисциплины, для которых изучение данной будет необходимым.

В рабочей программе прописаны компетенции обучающегося (ПК-5), формируемые в результате освоения дисциплины.

Раздел «Структура и содержание дисциплины» содержит тематическое и почасовое распределение изучаемого материала по видам занятий, а также часы на самостоятельную работу.

В разделе «Фонд оценочных средств» указаны оценочные средства для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося (фонд оценочных средств представлен отдельным элементом УМКД).

Компетенции по курсу, указанные в рабочей программе, полностью соответствуют учебному плану и матрице компетенций.

В рабочей программе дисциплины представлен также перечень материально-технического обеспечения для осуществления всех видов занятий, предусмотренных учебным планом.

Рабочая программа дисциплины имеет логически завершенную структуру, включает в себя все необходимые и приобретаемые в процессе изучения навыки и умения.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено в программе перечнем основной и дополнительной литературы, методических материалов, библиотечно-информационных ресурсов, что является достаточным для успешного владения дисциплиной.

Таким образом, рабочая программа дисциплины «Концепции современного маркетинга» соответствует всем требованиям к реализации программы и может быть рекомендована к использованию.



В.Ю. Лунина