

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

_____ С. Н. Перов

04 мая 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ

Направление подготовки:	38.04.02 Менеджмент
Профиль подготовки:	Стратегический менеджмент
Квалификация:	магистр
Форма обучения:	очная, заочная
Год начала подготовки:	2022

Рабочая программа составлена в соответствии с:

- федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 952;
- основной профессиональной образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, профилю «Стратегический менеджмент», утверждённой 27 апреля 2022 года;
- рабочим учебным планом по программе магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, профилю «Стратегический менеджмент», одобренным Учёным советом Университета 27 апреля 2022 года, протокол № 03/22.

Разработчик программы: Горбунова О. А., кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа согласована с руководителем образовательной программы 38.04.02 Менеджмент. Рабочая программа согласована с руководителем Управления лицензирования и аккредитации образовательных программ Университета.

Рабочая программа рассмотрена и рекомендована на заседании кафедры менеджмента 17 марта 2022 года, протокол № 8.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: подготовка магистрантов к самостоятельному принятию стратегических и тактических (оперативных) решений, затрагивающих различные аспекты маркетинговой деятельности предприятий в рыночных условиях хозяйствования; управления маркетингом.

Задачи дисциплины:

- овладение принципами и методами маркетингового анализа предприятия в рамках понимания процесса;
- приобретение теоретических знаний в области разработки маркетинговых стратегий;
- овладение современными методами и подходами к управлению маркетингом, практическим опытом принятия стратегических решений на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности.

1.2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Индекс дисциплины по учебному плану: Б1.В.07

Курс и семестр освоения дисциплины:

Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
2 курс, 3 семестр	–	2 курс, 3 семестр

1.3. Межпредметные связи дисциплины

Для прохождения дисциплины «Маркетинговые стратегии» необходимы знания, умения и навыки, полученные в ходе прохождения дисциплин:

- Корпоративные стратегии развития бизнеса
- Производственные стратегии

Знания, умения и навыки, полученные в результате освоения дисциплины «Маркетинговые стратегии», закладывают основу для эффективной работы обучающихся над освоением дисциплин:

- Разработка бизнес-стратегии
- Управление ценностью клиента

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЁННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Код и наименование профессиональных компетенций	Код и наименование индикатора достижений профессиональных компетенций	Результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам
ПК-2. Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников в процессе разработки стратегии организации	ПК-2.И-3. Руководит разработкой основных положений функциональных стратегий организации	ПК-2.И-3.3-1. Знает передовой отечественный и зарубежный опыт в области стратегического и тактического планирования
		ПК-2.И-3.У-1. Умеет организовать работу по формированию иерархии планов на стратегическом и тактическом горизонтах
		ПК-2.И-3.У-2. Умеет подводить итоги работы и оценивать деятельность подразделений организации в ходе разработки функциональных стратегий
ПК-3. Способен оценивать потенциал и разрабатывать стратегию управления изменениями в организации в условиях конкурентной среды	ПК-3.И-1. Понимает основные концепции стратегического развития компании, критерии принятия управленческих решений в условиях конкурентной среды	ПК-3.И-1.3-1. Знает предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа
	ПК-3.И-2. Оценивает стратегические альтернативы компании с учетом на основе бизнес-анализа потенциальных возможностей организации	ПК-3.И-2.У-3. Умеет анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации
	ПК-3.И-3. Разрабатывает корпоративную и функциональные стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечивает их реализацию	ПК-3.И-3.3-1. Знает технологию разработки стратегии на каждом уровне принятия стратегических решений в организации
		ПК-3.И-3.У-2. Умеет моделировать объем и границы работ по реализации стратегии
		ПК-3.И-3.У-3. Умеет выбирать стратегию, действуя самостоятельно или в составе группы экспертов

3. ОБЪЁМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объём дисциплины, в т. ч. контактной (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы студентов *

Очная форма обучения

Распреде- ление по семестрам	Контакт- ная работа	в т.ч.:			СР	Контроль	Итоговый объём, часов/з. е.
		Л	П	ЛР			
3 семестр	48	16	32	–	69	экзамен	144
Итого:	48	16	32	–	69	27	144/4

Заочная форма обучения

Распреде- ление по семестрам	Контакт- ная работа	в т.ч.:			СР	Контроль	Итоговый объём, часов/з. е.
		Л	П	ЛР			
3 семестр	18	6	12	–	117	экзамен	144
Итого:	18	6	12	–	117	9	144/4

* Л – занятия лекционного типа, П – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СР – самостоятельная работа обучающегося.

3.2. Объём дисциплины по тематическим разделам и видам учебных занятий *

Наименование тематического раздела дисциплины	Количество часов							
	Л		П		ЛР		СР	
	о	з	о	з	о	з	о	з
Основные понятия и современная парадигма маркетинг – менеджмента	2	-	4	-	-	-	8	14
Типовые маркетинговые стратегии	2	2	4	2	-	-	8	14
Базовые маркетинговые стратегии	2	-	4	2	-	-	8	14
Стратегии сегментирования и позиционирования	2	2	4	2	-	-	9	14
Товарные стратегии компании	2	-	4	2	-	-	9	14
Ценовые стратегии	2	2	4	-	-	-	9	14
Стратегии в области распределения	2	-	4	2	-	-	9	14
Коммуникационные стратегии	2	-	4	2	-	-	9	19
Всего:	16	6	32	12	-	-	69	117

* Л – занятия лекционного типа, П – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СР – самостоятельная работа обучающегося.

3.3. Содержание тематических разделов дисциплины

Раздел 1. Основные понятия и современная парадигма маркетинг – менеджмента

Изменение приоритетной роли маркетинга. Эволюция стратегических подходов стратегического маркетинга. Роль и задачи стратегического маркетинга. Этапы планирования. Детерминанты стратегического маркетинга. Этапы разработки маркетинговой стратегии компании.

Раздел 2. Типовые маркетинговые стратегии

Стратегические активы в системе целей долгосрочного развития предприятия. Типовые маркетинговые стратегии.

Раздел 3. Базовые маркетинговые стратегии

Стратегия лидерства за счет экономии на издержках. Особенности стратегии лидерства за счет экономии на издержках. Стратегия дифференциации. Особенности стратегии дифференциации. Стратегия специализации. Особенности стратегии специализации. Стратегии роста. Интенсивный рост. Интеграционный рост

Раздел 4. Стратегии сегментирования и позиционирования

Последовательность этапов сегментирования и позиционирования. Стратегии охвата базового рынка. Технология проведения. Сравнительный анализ сегментов рынка. Выбор стратегии охвата целевых рынков. Стратегии позиционирования, переменные дифференциации.

Раздел 5. Товарные стратегии компании

Жизненный цикл товара. Задачи компании и соответствующие товарные стратегии. Товарные модели. Ассортиментные стратегии. Стратегии развития товара относительно инвестиционных целей и конкурентной стратегии. Инновации и разработка нового товара. Решения, связанные с управлением торговыми марками. Товар – микс, решения относительно товарных линий. Виды марочных стратегий. Оценка эффективности товарной стратегии.

Раздел 6. Ценовые стратегии

Ценообразование в рамках комплекса маркетинг. Этапы разработки стратегии ценообразования. Затратный и ценностный подходы к ценообразованию. Задачи ценообразования. Оценка ценностной конкурентоспособности и цены. Воспринимаемая ценность товара. Альтернативные стратегии ценообразования. Ценовое стимулирование. Механизмы контроля уровня наценок, устанавливаемых посредниками.

Раздел 7. Стратегии в области распределения

Роль маркетинговых каналов в цепочке создания ценности. Дизайн канала сбыта. Интенсивное, селективное и эксклюзивное распределение. Варианты маркетинговых каналов. Управление каналами распределения. Развитие маркетинговых каналов.

Раздел 8. Коммуникационные стратегии

Стратегические исследования при реализации коммуникационной стратегии. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями (ИМК). Элементы рекламной кампании и ИМК. Стратегии проталкивания и привлечения покупателей к товару. Оценка эффективности коммуникационных мероприятий.

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебная литература, в том числе:

4.1.1. Основная

Виноградова, Т. Г. Управление маркетингом : учебное пособие / Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 81 с. : схем., ил. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494537>. – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие : [16+] / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 163 с. : ил. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3437-1. – Текст : электронный.

Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 258 с. : ил. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437>. – Библиогр.: с. 254 - 255. – ISBN 978-5-394-03200-4. – Текст : электронный.

Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 440 с. : ил. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01311-9. – Текст : электронный.

Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 550 с. : ил. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03478-7. – Текст : электронный.

Чернопятков, А. М. Маркетинг : учебник : [16+] / А. М. Чернопятков. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 439 с. : ил., табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259>. – Библиогр.: с. 411-414. – ISBN 978-5-4499-0100-2. – DOI 10.23681/564259. – Текст : электронный.

4.1.2. Дополнительная

Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 154 с. : ил. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2673-4. – Текст : электронный.

Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева, В. В. Синяев, О. Н. Романенкова ; под ред. Л. П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 252 с. : ил. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03246-2. – Текст : электронный.

Якорева, А. С. Управление маркетингом: шпаргалка : [16+] / А. С. Якорева ; Научная книга. – 2-е изд. – Саратов : Научная книга, 2020. – 32 с. : табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578528>. – ISBN 978-5-9758-2006-8. – Текст : электронный.

4.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Наименование ресурса	Адрес	Тип доступа
Электронно-библиотечные системы		
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	http://biblioclub.ru/	Индивидуальный неограниченный доступ после регистрации
КиберЛенинка, российская научная электронная библиотека	https://cyberleninka.ru/	Открытый ресурс
Электронная библиотека РФФИ	https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library	Открытый ресурс
Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина	https://www.prilib.ru/	Открытый ресурс
Профессиональные базы данных и информационные справочные системы		
eLIBRARY.RU, российский информационно-аналитический портал	https://www.elibrary.ru/defaultx.asp	Открытый ресурс
Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru/	Открытый ресурс
Университетская информационная система «Россия»	https://uisrussia.msu.ru/	Открытый ресурс

4.3. Сетевые ресурсы

Наименование ресурса	Адрес
Центр раскрытия корпоративной информации	http://www.e-disclosure.ru
"Бизнес-Инфо-2014" -	https://www.businessinfo.ru
ГК «Современные технологии управления»	https://www.businessstudio.ru/
Официальный сайт «Биктрикс24»	https://www.bitrix24.ru/

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

5.1. Используемые образовательные технологии

При проведении учебных занятий по дисциплине Университет обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, преподавание дисциплин в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учётом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей Самарской области).

Наименование технологии	Содержание технологии	Адаптированные методы реализации
Проблемное обучение	Активное взаимодействие обучающихся с проблемно-представленным содержанием обучения, имеющее целью развитие познавательной способности и активности, творческой самостоятельности обучающихся.	Поисковые методы обучения, постановка познавательных задач с учётом индивидуального, социального опыта и особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.
Концентрированное обучение	Погружение обучающихся в определённую предметную область, возможность чего заложена в учебном плане образовательной программы посредством одновременного изучения дисциплин, имеющих выраженные междисциплинарные связи. Имеет целью повышение качества освоения определённой предметной области без увеличения трудоёмкости соответствующих дисциплин.	Методы погружения, учитывающие динамику и уровень работоспособности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.
Развивающее обучение	Обучение, ориентированное на развитие физических, познавательных и нравственных способностей обучающихся путём использования их потенциальных возможностей с учётом закономерностей данного развития. Имеет целью формирование высокой самомотивации к обучению, готовности к непрерывному обучению в течение всей жизни.	Методы вовлечения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов в различные виды деятельности на основе их индивидуальных возможностей и способностей и с учётом зоны ближайшего развития.
Активное, интерактивное обучение	Всемерная всесторонняя активизация учебно-познавательной деятельности обучающихся посредством различных форм взаимодействия с преподавателем и друг с другом. Имеет целью формирование и развитие навыков командной работы, межличностной коммуникации, лидерских качеств,	Методы социально-активного обучения с учётом индивидуального социального опыта и особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

Наименование технологии	Содержание технологии	Адаптированные методы реализации
	уверенности в своей успешности.	
Рефлексивное обучение	Развитие субъективного опыта и критического мышления обучающихся, осознание обучающимися «продуктов» и процессов учебной деятельности, повышение качества обучения на основе информации обратной связи, полученной от обучающихся. Имеет целью формирование способности к самопознанию, адекватному самовосприятию и готовности к саморазвитию.	Традиционные рефлексивные методы с обязательной обратной связью, преимущественно ориентированные на развитие адекватного восприятия собственных особенностей обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.

5.2. Дистанционные образовательные технологии

Дисциплина может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Наименование тематического раздела	Вид ДОТ и содержание работы
Лекции, практические занятия и лабораторные работы	
Основные понятия и современная парадигма маркетинг – менеджмента	ДОТ1 ZOOM лекции, выступление с докладами
Типовые маркетинговые стратегии	ДОТ1 ZOOM лекции, выступление с докладами
Базовые маркетинговые стратегии	ДОТ1 ZOOM лекции, выступление с докладами
Стратегии сегментирования и позиционирования	ДОТ1 ZOOM лекции, выступление с докладами
Товарные стратегии компании	ДОТ1 ZOOM лекции, выступление с докладами
Ценовые стратегии	ДОТ1 ZOOM лекции, выступление с докладами
Стратегии в области распределения	ДОТ1 ZOOM лекции, выступление с докладами
Коммуникационные стратегии	ДОТ1 ZOOM лекции, выступление с докладами
Самостоятельная работа	
Основные понятия и современная парадигма маркетинг – менеджмента	ДОТ 4 Moodle тексты лекций темы докладов
Типовые маркетинговые стратегии	ДОТ 4 Moodle тексты лекций темы докладов
Базовые маркетинговые стратегии	ДОТ 4 Moodle тексты лекций темы докладов
Стратегии сегментирования и позиционирования	ДОТ 4 Moodle тексты лекций задания на практическую работу
Товарные стратегии компании	ДОТ 4 Moodle тексты лекций задания на практическую работу
Ценовые стратегии	ДОТ 4 Moodle тексты лекций задания на практическую работу

Наименование тематического раздела	Вид ДОТ и содержание работы
Стратегии в области распределения	ДОТ 4 Moodle тексты лекций задания на практическую работу
Коммуникационные стратегии	
Промежуточная аттестация	
Экзамен	ДОТ 4 Moodle: письменное контрольное задание ДОТ 1 ZOOM: устное обсуждение результатов выполнения индивидуальных исследовательских проектов и курсовой работы ДОТ 6 ИСУ ВУЗ: фиксация оценки в зачётной ведомости

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Оценивание уровня учебных достижений обучающихся по дисциплине осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

6.1. Оценочные средства, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Код и наименование профессиональных компетенций	Код и наименование индикатора достижений профессиональных компетенций	Результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам	Вид аттестации и оценочных средств	Показатели оценивания
ПК-2. Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников в процессе разработки стратегии организации	ПК-2.И-3. Руководит разработкой основных положений функциональных стратегий организации	ПК-2.И-3.3-1. Знает передовой отечественный и зарубежный опыт в области стратегического и тактического планирования	Текущий контроль: устный опрос, доклад Промежуточная аттестация: контрольное задание.	Подготовка доклада. Блок 1 контрольного задания выполнен корректно.
		ПК-2.И-3.У-1. Умеет организовать работу по формированию иерархии планов на стратегическом и тактическом горизонтах	Текущий контроль: практическая работа Промежуточная аттестация: контрольное задание.	Корректное выполнение практической работы Блок 2 контрольного задания выполнен корректно.
		ПК-2.И-3.У-2. Умеет подводить итоги работы и оценивать деятельность подразделений организации в ходе разработки функциональных стратегий	Текущий контроль: практическая работа Промежуточная аттестация: контрольное задание.	Корректное выполнение практической работы Блок 2 контрольного задания выполнен корректно.
ПК-3. Способен оценивать потенциал и разрабатывать стратегию	ПК-3.И-1. Понимает основные концепции стратегического развития компании, критерии принятия управленческих	ПК-3.И-1.3-1. Знает предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа	Текущий контроль: устный опрос, доклад Промежуточная аттестация: контрольное задание.	Подготовка доклада. Блок 1 контрольного задания выполнен корректно.

Код и наименование профессиональных компетенций	Код и наименование индикатора достижений профессиональных компетенций	Результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам	Вид аттестации и оценочных средств	Показатели оценивания
управления изменениями в организации в условиях конкурентной среды	решений в условиях конкурентной среды			
	ПК-3.И-2. Оценивает стратегические альтернативы компании с учетом на основе бизнес-анализа потенциальных возможностей организации	ПК-3.И-2.У-3. Умеет анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации	Текущий контроль: практическая работа Промежуточная аттестация: контрольное задание.	Корректное выполнение практической работы Блок 2 контрольного задания выполнен корректно.
	ПК-3.И-3. Разрабатывает корпоративную и функциональные стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечивает их реализацию	ПК-3.И-3.3-1. Знает технологию разработки стратегии на каждом уровне принятия стратегических решений в организации	Текущий контроль: устный опрос, доклад Промежуточная аттестация: контрольное задание.	Подготовка доклада. Блок 1 контрольного задания выполнен корректно.
		ПК-3.И-3.У-2. Умеет моделировать объем и границы работ по реализации стратегии	Текущий контроль: практическая работа Промежуточная аттестация: контрольное задание.	Корректное выполнение практической работы Блок 2 контрольного задания выполнен корректно.
		ПК-3.И-3.У-3. Умеет выбирать стратегию, действуя самостоятельно или в составе группы экспертов	Текущий контроль: практическая работа Промежуточная аттестация: контрольное задание.	Корректное выполнение практической работы Блок 2 контрольного задания выполнен корректно.

6.2. Типовое контрольное задание для промежуточной аттестации

БЛОК 1 – ПРОВЕРКА ЗНАНИЙ

Выбрать ВСЕ правильные ответы (больше одного)

1.1. (ПК-2.И-3.У-1, ПК-3.И-1.3-1) Для распределения своих товаров компания-производитель выбрала одну розничную компанию и заключила с ней эксклюзивный дилерский договор, согласно которому розничная компания обязуется исключить из своего ассортимента товары конкурирующих марок и поддерживать определенные стандарты обслуживания. Используемая производителем стратегия товародвижения называется стратегией _____ сбыта

- 1) эксклюзивного
- 2) элитарного
- 3) селективного
- 4) широкого

1.2. (ПК-2.И-3.У-1, ПК-3.И-1.3-1) В теории стратегического маркетинга стратегия сбыта должна обеспечивать решение следующих задач ...

- 1) своевременное выведение товара на рынок
- 2) обеспечение доступности и надежного сбыта товаров
- 3) сохранность и своевременность доставки товара на рынок
- 4) своевременный уход товара с рынка

1.3. (ПК-2.И-3.3-1, ПК-3.И-1.3-1) С точки зрения теории стратегического управления в матрице (сетке) И. Ансоффа развития товара и рынка для существующих рынков могут применяться следующие стратегии ...

- 1) разработка товаров
- 2) диверсификация
- 3) сегментирование рынка
- 4) глубокое проникновение на рынок

1.4. (ПК-2.И-3.3-1, ПК-3.И-1.3-1) В теории стратегического маркетинга базовыми конкурентными стратегиями (по М. Портеру) являются ...

- 1) диверсификация
- 1) развитие рынка, развитие продукта
- 2) лидерство по полным затратам
- 3) дифференциация, фокусировка

1.5. (ПК-3.И-1.3-1, ПК-3.И-3.3-1) В практике стратегического маркетинга применение стратегии средних цен как одного из видов ценовых стратегий оправдано в следующих ситуациях ...

- 1) организации рассматривают получение прибыли как долгосрочную политику
- 1) организация не уверена в будущем нового товара и стабильности рынка
- 2) покупатель не чувствителен к цене
- 3) организации заинтересованы в стабильности деятельности

1.6. (ПК-2.И-3.У-1, ПК-3.И-1.3-1) В теории стратегического маркетинга стратегию неизменных цен как один из видов ценовых стратегий обычно характеризуют следующими утверждениями ...

- 1) цены устанавливаются и сохраняются на протяжении длительного времени
- 1) предполагает установление цен на уровне ценового лидера
- 2) при росте затрат для сохранения цен изменяют состав товара, вес упаковки (расфасовки) и др.
- 3) при изменении цен и объемов продаж прибыль должна сохраняться

1.7. (ПК-3.И-1.3-1, ПК-3.И-3.3-1) В стратегическом маркетинге применение стратегии низких цен выгодно в случаях, когда...

- 1) покупатель нечувствителен к цене товара
- 1) объем сегмента покупателей с низким доходом невелик
- 2) спрос на товар эластичен
- 3) масштабы предприятия позволяют сэкономить на издержках

1.8. (ПК-2.И-3.У-1, ПК-3.И-1.3-1) Согласно теории стратегического маркетинга стратегия массового маркетинга имеет следующие особенности ...

- а) возможность получения наибольшей прибыли на единицу продукции
- б) возможность создания наибольшего потенциального рынка
- в) производство продукта, предназначенного для всех покупателей одной группы
- г) производство продукта, предназначенного для всех покупателей

1.9. (ПК-3.И-1.3-1, ПК-3.И-3.3-1) В практике стратегического маркетинга ориентация производителя на стратегию недифференцированного маркетинга предполагает использование ...

- а) наценок за высокое качество
- б) массовых систем товародвижения
- в) прямых продаж
- г) однотипных рекламных кампаний

1.10. (ПК-3.И-1.3-1, ПК-3.И-3.3-1) Согласно теории стратегического маркетинга среди целевых направлений маркетинга выделяют следующие из нижеперечисленных ...

- а) развитие конкуренции
- б) повышение качества жизни
- в) максимизация текущей прибыли конкурентов
- г) обеспечение широкого выбора товаров и услуг

БЛОК 2 – ПРОВЕРКА УМЕНИЙ

2.1. (ПК-3.И-3.У-3) Согласно теории стратегического маркетинга установите соответствие между товарными стратегиями и их содержанием...

1. вариация товара	а) совершенствование, связанное с улучшенными или модифицированными товарами
2. инновация товара посредством дифференцирования	б) совершенствование, связанное с созданием новых товаров
3. инновация товара посредством диверсификации продукта	в) выведение товара с рынка как потерявшего конкурентоспособность, прекращение производства
4. элиминация	г) выведение существующего конкурентоспособного товара на новый рынок
	д) модификация существующего товара путем изменения отдельных свойств или показателей качества

2.2. (ПК-3.И-2.У-3) Установите соответствие между видами информации для проведения исследований рыночных параметров и их ролью

1. Качественная информация	а) информация, собранная ранее для решения других задач
2. Количественная информация	б) информация, позволяющая получить описание состояния исследуемых объектов
3. Вторичная информация	в) необработанные сведения, характеризующиеся избытком
	г) информация, позволяющая установить в числовых величинах сведения о состоянии исследуемых объектов

2.3. (ПК-3.И-2.У-3) Установите соответствие между методами исследований рыночных параметров и их характеристиками

1. Маркетинговые исследования	а) исследование рынка в целом и положения предприятия на нём, масштаб рынка, доля на рынке, анализ претензий потребителей и т.д.
2. Сегментирование	б) исследование с помощью расчета фактических показателей сбыта и с использованием временных рядов
3. Анализ по классам ABC	в) анализ с помощью гипотез, высказываемых ответственными сотрудниками предприятия и экспертами

2.4. (ПК-2.И-3.У-2, ПК-3.И-2.У-3, ПК-3.И-3.У-2, ПК-3.И-3.У-3) Предприятие оптовой торговли «Сдобри» снабжает розничную торговлю майонезом. Ее клиенты — продуктовые магазины, супермаркеты, палатки, отделы в крупных универсальных магазинах, кафе, рестораны. Фирма делает ставку на недифференцированный массовый маркетинг, но значение отдельных сегментов для «Сдобри» различно, что отражают данные таблицы. Используя инструмент ABC-анализ потребителей, определите наиболее привлекательные сегменты для «Сдобри» в целях дальнейшей разработки стратегии маркетинга. Обоснуйте значимость ABC-анализа для современной компании.

Сегмент	Потребление майонеза, %	Емкость сегмента, %
1	17	3
2	19	2
3	24	1
4	8	20
5	9	10
6	11	7
7	2	29
8	4	17
9	6	11

2.5. (ПК-2.И-3.У-2, ПК-3.И-2.У-3, ПК-3.И-3.У-2, ПК-3.И-3.У-3) О деятельности организации собрана информация, представленная в таблицах. Какие методы могут быть использованы для оценки рыночных параметров и разработки стратегии маркетинга? Обоснуйте актуальность каждого метода исследования.

Номер СХП	Объем продаж ведущего конкурента, тыс. ед.	Емкость (размер) рынка, тыс. ед.	Продажи тыс. ед.		
			2010	2011	2012
1	785	5000	217	256	280
2	2590	5800	730	737	740
3	1180	7500	810	770	760
4	375	7400	273	350	370
5	175	2600	135	170	210

Характеристики привлекательности	Вес	Номера СХП				
		1	2	3	4	5
Размер и темп роста рынка	0,3	9	5	2	7	8
Качество рынка	0,2	9	3	3	9	8
Относительная позиция на рынке	0,35	2	2	4	5	6
Относительный потенциал производства	0,3	2	2	3	5	4
Конкурентная ситуация	0,3	8	4	2	6	9
Относительный потенциал НИОКР	0,2	3	1	2	4	6
Влияние внешней среды	0,2	10	6	4	8	7
Относительный потенциал персонала	0,15	6	5	8	9	10

6.3. Методические рекомендации к процедуре оценивания

Оценка результатов обучения по дисциплине, характеризующих сформированность компетенции, проводится в процессе промежуточной аттестации студентов посредством

контрольного задания. При этом процедура должна включать последовательность действий, описанную ниже.

1. Подготовительные действия включают:

– предоставление студентам контрольных заданий, а также, если это предусмотрено заданием, необходимых приложений (формы документов, справочники и т. п.);

– фиксацию времени получения задания студентом.

2. Контрольные действия включают:

– контроль соблюдения студентами дисциплинарных требований, установленных Положением о промежуточной аттестации обучающихся и контрольным заданием (при наличии);

– контроль соблюдения студентами регламента времени на выполнение задания.

3. Оценочные действия включают:

– восприятие результатов выполнения студентом контрольного задания, представленных в устной, письменной или иной форме, установленной заданием;

– оценка проводится по каждому блоку контрольного задания по 100-балльной шкале;

– подведение итогов оценки сформированности компетенции и результатов обучения по дисциплине с использованием формулы оценки результата промежуточной аттестации и шкалы интерпретации результата промежуточной аттестации.

Оценка результата промежуточной аттестации выполняется с использованием формулы:

$$P = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{3}$$

где P_i – оценка каждого блока контрольного задания, в баллах

Шкала интерпретации результата промежуточной аттестации (сформированности компетенций и результатов обучения по дисциплине)

Результат промежуточной аттестации (P)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
0–36	Не сформирована.	неудовлетворительно (не зачтено)	F (не зачтено)
«Безусловно неудовлетворительно»: контрольное задание выполнено менее, чем на 50%, преимущественная часть результатов выполнения задания содержит грубые ошибки, характер которых указывает на отсутствие у обучающегося знаний, умений и навыков по дисциплине, необходимых и достаточных для решения профессиональных задач, соответствующих этапу формирования компетенции.			
37–49	Уровень владения компетенцией недостаточен для её формирования в результате обучения по дисциплине.	неудовлетворительно (не зачтено)	FX (не зачтено)
«Условно неудовлетворительно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, значительная часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на недостаточный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, необходимыми для решения профессиональных задач, соответствующих компетенции.			

Результат промежуточной аттестации (Р)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
50–59	Уровень владения компетенцией посредствен для её формирования в результате обучения по дисциплине.	удовлетворительно (зачтено)	E (зачтено)
«Посредственно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, большая часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, но при этом позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.			
60–69	Уровень владения компетенцией удовлетворителен для её формирования в результате обучения по дисциплине.	удовлетворительно (зачтено)	D (зачтено)
«Удовлетворительно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 60%, меньшая часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, но при этом позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.			
70–89	Уровень владения компетенцией преимущественно высокий для её формирования в результате обучения по дисциплине.	хорошо (зачтено)	C (зачтено)
«Хорошо»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 80%, результаты выполнения задания содержат несколько незначительных ошибок и технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине и позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые и ситуативные профессиональные задачи.			
90–94	Уровень владения компетенцией высокий для её формирования в результате обучения по дисциплине.	отлично (зачтено)	B (зачтено)
«Отлично»: контрольное задание выполнено в полном объёме, результаты выполнения задания содержат одну–две незначительные ошибки, несколько технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине и позволяет сделать вывод о готовности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности.			
95–100	Уровень владения компетенцией	отлично (зачтено)	A (зачтено)

Результат промежуточной аттестации (Р)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
	превосходный для её формирования в результате обучения по дисциплине.		
«Превосходно»: контрольное задание выполнено в полном объёме, результаты выполнения задания не содержат ошибок и технических погрешностей, указывают на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, позволяют сделать вывод о готовности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности, и о способности разрабатывать новые решения.			

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Методические указания для преподавателя

Изучение дисциплины проводится в форме лекций, практических занятий, организации самостоятельной работы студентов, консультаций.

Методы проведения аудиторных занятий:

- лекции, реализуемые через изложение учебного материала под запись с возможным мультимедийным сопровождением;
- практические занятия, во время которых студенты выступают с докладами по заранее предложенным темам и обсуждают их между собой и преподавателем, решают практические задачи (в которых разбираются и анализируются конкретные ситуации) с выработкой умения формулировать выводы, выявлять тенденции и причины изменения различных явлений; включающие проведение устных и письменных опросов (в виде тестовых заданий) и контрольных работ (по вопросам лекций и практических занятий).

Лекции — разновидность учебного занятия, направленная на рассмотрение теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Основными целями лекции являются системное освещение ключевых понятий и положений по соответствующей теме, обзор и оценка существующей проблематики, её методологических и социокультурных оснований, возможных вариантов решения, предложение методических рекомендаций для дальнейшего изучения курса, в том числе литературы и источников. Лекционная подача материала, вместе с тем, не предполагает исключительную активность преподавателя. Лектор должен стимулировать студентов к участию в обсуждении вопросов лекционного занятия, к высказыванию собственной точки зрения по обсуждаемой проблеме. Главное назначение лекции — обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

Практические занятия направлены на развитие самостоятельности студентов в исследовании изучаемых вопросов и приобретение умений и навыков. Практические занятия традиционно проводятся в форме обсуждения проблемных вопросов в группе при активном участии студентов. Они способствуют углубленному изучению наиболее фундаментальных и сложных проблем курса, служат важной формой анализа и синтеза исследуемого материала, а также подведения итогов самостоятельной работы студентов, стимулируя развитие профессиональной компетентности, навыков и умений. На практических занятиях студенты учатся работать с научной литературой, чётко и доходчиво излагать проблемы и предлагать варианты их решения, аргументировать свою позицию, оценивать и критиковать позиции других, свободно публично высказывать свои мысли и суждения, грамотно вести полемику и представлять результаты собственных исследований. Основной целью практических занятий является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка. Они проводятся в форме опроса, диспута, тестирования, обсуждения докладов, выполнения заданий и пр.

Преподаватель должен ориентировать студентов на использование при подготовке к практическим занятиям в первую очередь специальной научной литературы (монографий, статей из научных журналов, диссертаций).

Результаты работы на практических занятиях учитываются преподавателем при выставлении итоговой оценки по данной дисциплине. На усмотрение преподавателя студенты, активно отвечающие на занятиях и выполняющие рекомендации преподавателя при подготовке к ним, могут получить повышающий балл к своей оценке в рамках промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях, дополняется работой с тестирующими системами, с профессиональными базами данных.

7.2. Методические указания для обучающихся

Для успешного освоения дисциплины студенты должны посещать лекционные занятия, готовиться и активно участвовать в практических занятиях, самостоятельно работать с рекомендованной литературой.

Изучение дисциплины целесообразно начать со знакомства с программой курса, чтобы чётко представить себе его объём и основные проблемы. Прочитав соответствующий раздел программы, и установив круг тем, подлежащих изучению, можно переходить к работе с конспектами лекций и учебником. Конспект лекций должен содержать краткое изложение основных вопросов курса. В лекциях преподаватель, как правило, выделяет выводы, содержащиеся в новейших исследованиях, разногласия учёных, обосновывает наиболее убедительную точку зрения. Необходимо записывать методические советы преподавателя, названия рекомендуемых им изданий. Не нужно стремиться к дословной записи лекций. Для того, чтобы выделить главное в лекции и правильно её законспектировать, полезно заранее просмотреть уже пройденный лекционный материал. Для более полного и эффективного восприятия новой информации в контексте уже имеющихся знаний следует приготовить вопросы лектору. Прочитав свой конспект лекций, следует обратиться к материалу учебника.

Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нём что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний. Очень полезным в практике самостоятельной работы, является предварительное ознакомление с учебным материалом. Даже краткое, беглое знакомство с материалом очередной лекции даёт многое. Студенты получают общее представление о её содержании и структуре, о главных и второстепенных вопросах, о терминах и определениях. Всё это облегчает работу на лекции и делает её целеустремлённой.

Работа с литературой

При изучении дисциплины студенты должны серьёзно подойти к исследованию учебной и дополнительной литературы. Данное требование особенно важно для подготовки к практическим занятиям.

Особое внимание студентам следует обратить на соответствующие статьи из научных журналов. Для поиска научной литературы по дисциплине студентам также следует использовать каталог электронной научной библиотеки eLIBRARY.RU, ЭБС «Университетская библиотека Online».

При подготовке к практическим занятиям студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Качество учебной работы студентов определяется текущим контролем. Студент имеет право ознакомиться с ним.

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Цель самостоятельной работы — подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- качественное освоение теоретического материала по изучаемой дисциплине, углубление и расширение теоретических знаний с целью их применения на уровне межпредметных связей;
- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков;
- формирование умений по поиску и использованию нормативной, правовой, справочной и специальной литературы, а также других источников информации;
- развитие познавательных способностей и активности, творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самообразованию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие научно-исследовательских навыков;
- формирование умения решать практические задачи (в профессиональной деятельности), используя приобретённые знания, способности и навыки.

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью образовательного процесса. Самостоятельная работа предполагает инициативу самого обучающегося в процессе сбора и усвоения информации, приобретения новых знаний, умений и навыков и ответственность его за планирование, реализацию и оценку результатов учебной деятельности. Процесс освоения знаний при самостоятельной работе не обособлен от других форм обучения.

Самостоятельная работа должна:

- быть выполнена индивидуально (или являться частью коллективной работы). В случае, когда СР подготовлена в порядке выполнения группового задания, в работе делается соответствующая оговорка;
- представлять собой законченную разработку (этап разработки), в которой анализируются актуальные проблемы по определённой теме и её отдельным аспектам;
- отражать необходимую и достаточную компетентность автора;
- иметь учебную, научную и/или практическую направленность;
- быть оформлена структурно и в логической последовательности: титульный лист, оглавление, основная часть, заключение, список литературы, приложения;
- содержать краткие и чёткие формулировки, убедительную аргументацию, доказательность и обоснованность выводов;
- соответствовать этическим нормам (правила цитирования и парафраз; ссылки на использованные библиографические источники; исключение плагиата, дублирования собственного текста и использования чужих работ).

8. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ В ОТНОШЕНИИ ЛИЦ ИЗ ЧИСЛА ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создания комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учётом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Согласно требованиям, установленным Министерством науки и высшего образования Российской Федерации к порядку реализации образовательной деятельности в отношении инвалидов и лиц с ОВЗ, необходимо иметь в виду, что:

1) инвалиды и лица с ОВЗ по зрению имеют право присутствовать на занятиях вместе с ассистентом, оказывающим обучающемуся необходимую помощь;

2) инвалиды и лица с ОВЗ по слуху имеют право на использование звукоусиливающей аппаратуры.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при промежуточной аттестации;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учётом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);

- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении промежуточной аттестации с учётом их индивидуальных особенностей;

- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность прохождения испытания промежуточной аттестации (зачёта, экзамена, и др.) обучающимся инвалидом может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи испытания, проводимого в письменной форме, — не более чем на 90 минут;

- продолжительность подготовки обучающегося к ответу, проводимому в устной форме, — не более чем на 20 минут.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ОВЗ Университет обеспечивает выполнение следующих требований при проведении аттестации:

а) для слепых:

- задания и иные материалы для прохождения промежуточной аттестации оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со

специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

- при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

- задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по их желанию испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по их желанию испытания проводятся в устной форме.

О необходимости обеспечения специальных условий для проведения аттестации обучающийся должен сообщить письменно не позднее, чем за 10 дней до начала аттестации. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

9.1. Общее

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы учебной мебелью, в том числе мебелью для преподавателя дисциплины, учебной доской.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Материально-техническое оснащение учебных аудиторий конкретизировано на официальном сайте Университета в информационно-коммуникационной сети «Интернет» в подразделе «Материально-техническое обеспечение и оснащённость образовательного процесса» раздела «Сведения об образовательной организации».

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9.2. Оборудование и технические средства обучения

Специальные помещения укомплектованы техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, экран, компьютер, звуковые колонки).

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

9.3. Программное обеспечение

Наименование	Сведения о лицензии
LibreOffice, офисный пакет	Mozilla Public License, v2.0, свободно распространяемое с открытым исходным кодом
Moodle, среда дистанционного обучения	GNU GPL, свободно распространяемое с открытым исходным кодом

Zotero, система управления библиографической информацией	GNU GPL, свободно распространяемое с открытым исходным кодом