




МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Республики Крым
«Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
(ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова)

Кафедра технологии и дизайна одежды, профессиональной педагогики

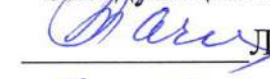
СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП


Э.Р. Шарипова
«19» 04 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой


Д.З. Тархан
«19» 04 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.01.07 «Маркетинг в легкой промышленности»

направление подготовки 44.04.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
магистерская программа «Технология и дизайн изделий легкой
промышленности»

факультет инженерно-технологический

Симферополь, 2021

Рабочая программа дисциплины Б1.В.01.07 «Маркетинг в легкой промышленности» для магистров направления подготовки 44.04.04 Профессиональное обучение (по отраслям). Магистерская программа «Технология и дизайн изделий легкой промышленности» составлена на основании ФГОС ВО, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.02.2018 № 129.

Составитель

рабочей программы


подпись

Л.Ю. Усеинова, доц.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры технологии и дизайна одежды, профессиональной педагогики

от 08.04 2021 г., протокол № 15

Заведующий кафедрой


подпись

Д.З. Тархан

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании УМК инженерно-технологического факультета

от 19.04 2021 г., протокол № 6

Председатель УМК


подпись

С.А. Феватов

1. Рабочая программа дисциплины Б1.В.01.07 «Маркетинг в легкой промышленности» для магистратуры направления подготовки 44.04.04 Профессиональное обучение (по отраслям), магистерская программа «Технология и дизайн изделий легкой промышленности».

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2.1. Цель и задачи изучения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля):

– формирование у магистрантов комплекса знаний и практических навыков в области маркетинга предприятий легкой промышленности на рынке товаров и услуг.

Учебные задачи дисциплины (модуля):

- 1. Освоить теории и практики маркетинговых исследований на предприятиях легкой промышленности;
- 2. Сформировать знания для принятия эффективных управленческих решений;
- 3. Получить обучающимися теоретические знания и практические навыки в области задач, структуры и методов маркетинговой деятельности в условиях ориентации на максимальное удовлетворение потребностей.

2.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины Б1.В.01.07 «Маркетинг в легкой промышленности» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-3 - Способен преподавать учебные курсы, дисциплины (модули), проводить отдельные виды учебных занятий по программам бакалавриата, ДПП

В результате изучения дисциплины магистрант должен:

Знать:

- теоретические основы деятельности предприятий, особенности маркетинговой деятельности в легкой промышленности;

Уметь:

- анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру рынка товаров и услуг в легкой промышленности;

Владеть:

- навыками прогнозирования спроса потребителей с учетом модных тенденций в легкой промышленности.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина Б1.В.01.07 «Маркетинг в легкой промышленности» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений и входит в модуль по отрасли учебного плана.

4. Объем дисциплины (модуля)

(в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу)

Семестр	Общее кол-во часов	кол-во зач. единиц	Контактные часы						СР	Контроль (время на контроль)
			Всего	лек	лаб. зан.	прак. т.зан.	сем. зан.	ИЗ		
3	144	4	38	8		30			79	Экз (27 ч.)
Итого по ОФО	144	4	38	8		30			79	27
3	2		2	2						
4	142	4	16	2		14			117	Экз (9 ч.)
Итого по ЗФО	144	4	18	4		14			117	9

5. Содержание дисциплины (модуля) (структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий)

Наименование тем (разделов, модулей)	Количество часов														Форма текущего контроля
	очная форма							заочная форма							
	Всего	в том, числе						Всего	в том, числе						
		л	лаб	пр	сем	ИЗ	СР		л	лаб	пр	сем	ИЗ	СР	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Тема 1. Введение. Предмет, задачи и место дисциплины.	2	2						1	1						реферат
Тема 2. Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга.	28	2					26	38	1					37	реферат; контрольная работа
Тема 3. Рынок как объект маркетинга.	42	2		14			26	47	1		6			40	практическое задание; контрольная работа; реферат
Тема 4. Реклама, ее задачи и функции.	45	2		16			27	49	1		8			40	практическое задание; контрольная работа; реферат
Всего часов за 3 /4 семестр	117	8		30			79	135	4		14			117	
Форма пром. контроля	Экзамен - 27 ч.							Экзамен - 9 ч.							
Всего часов дисциплине	117	8		30			79	135	4		14			117	
часов на контроль	27							9							

5. 1. Тематический план лекций

№ лекц	Тема занятия и вопросы лекции	Форма проведения (актив., интерак.)	Количество часов	
			ОФО	ЗФО
1.	<p>Тема лекции: Введение. Предмет, задачи и место дисциплины.</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>1. Предмет и задачи дисциплины в подготовке педагога профессионального обучения швейного профиля.</p> <p>2. Место дисциплины в подготовке педагога профессионального обучения швейного профиля.</p>	Акт.	2	1
2.	<p>Тема лекции: Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга .</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>1. Сущность маркетинга.</p> <p>2. Цель и задачи маркетинга.</p> <p>3. Принципы маркетинга.</p>	Акт.	2	1
3.	<p>Тема лекции: Рынок как объект маркетинга.</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>Классификация рынков по различным классификационным признакам.</p> <p>Отличительные особенности потребительского и делового рынков.</p> <p>Виды рыночного спроса и его определение.</p> <p>Типы и задачи маркетинга по управлению спросом.</p>	Акт.	2	1
4.	<p>Тема лекции: Реклама, ее задачи и функции.</p> <p><i>Основные вопросы:</i></p> <p>1. Задачи рекламы.</p> <p>2. Функции рекламы.</p>	Акт.	2	1
	Итого		8	4

5. 2. Темы практических занятий

№ занятия	Наименование практического занятия	Форма проведения (актив., интерак.)	Количество часов	
			ОФО	ЗФО
1.	Тема 3. Рынок как объект маркетинга. <i>Основные вопросы:</i> 1. Методика проведения опросов потребителей. 2. Анализ результатов опроса.	Акт.	14	6
2.	Тема 4. Реклама, ее задачи и функции. <i>Основные вопросы:</i> 1. Изучение сведений о разработке рекламной компании. 2. Разработать рекламный текст, баннер, этикетку, флаер и т.п. на продукцию легкой промышленности. 3. Анализ результатов работы и формулировка выводов.	Интеракт.	16	8
Итого			30	14

5. 3. Темы семинарских занятий

(не предусмотрены учебным планом)

5. 4. Перечень лабораторных работ

(не предусмотрено учебным планом)

5. 5. Темы индивидуальных занятий

(не предусмотрено учебным планом)

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа по данной дисциплине включает такие формы работы как: работа с базовым конспектом; подготовка к практическому занятию; работа с литературой, чтение дополнительной литературы; подготовка к контрольной работе; подготовка реферата; подготовка к экзамену.

6.1. Содержание самостоятельной работы студентов по дисциплине (модулю)

№	Наименование тем и вопросы, выносимые на самостоятельную работу	Форма СР	Кол-во часов	
			ОФО	ЗФО

1	<p>Тема 2. Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга.</p> <p>Основные вопросы:</p> <p>1. Теоретические аспекты маркетинга .</p> <p>2. Сущность и роль маркетинга в экономическом развитии страны.</p> <p>3. Цели, принципы и функции маркетинга.</p> <p>Эволюция концепций маркетинга: сравнительный анализ. Основные тенденции развития маркетинга: современный аспект.</p>	<p>работа с литературой, чтение</p> <p>дополнительно й литературы;</p> <p>подготовка реферата</p>	26	37
2	<p>Тема 3. Рынок как объект маркетинга.</p>	<p>подготовка к практическому занятию;</p> <p>работа с литературой, чтение</p> <p>дополнительно й литературы;</p> <p>подготовка к контрольной работе;</p> <p>подготовка реферата</p>	26	40
3	<p>Тема 4. Реклама, ее задачи и функции.</p>	<p>подготовка к практическому занятию;</p> <p>работа с литературой, чтение</p> <p>дополнительно й литературы;</p> <p>подготовка к контрольной работе;</p> <p>подготовка реферата</p>	27	40
Итого			79	117

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины «Маркетинг в легкой промышленности» разработаны следующие методические рекомендации:

1. Методические рекомендации по выполнению практических работ.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Дескрипторы	Компетенции	Оценочные средства
ПК-3		
Знать	теоретические основы деятельности предприятий, особенности маркетинговой деятельности в легкой промышленности	контрольная работа; реферат
Уметь	анализировать маркетинговую информацию и конъюнктуру рынка товаров и услуг в легкой промышленности	практическое задание; контрольная работа
Владеть	навыками прогнозирования спроса потребителей с учетом модных тенденций в легкой промышленности.	практическое задание; контрольная работа; экзамен

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценочные средства	Уровни сформированности компетенции			
	Компетентность несформирована	Базовый уровень компетентности	Достаточный уровень компетентности	Высокий уровень компетентности
практическое задание	Не выполнена или выполнена с грубыми нарушениями, выводы не соответствуют цели работы.	Выполнена частично или с нарушениями, выводы не соответствуют цели.	Работа выполнена полностью, отмечаются несущественные недостатки в оформлении.	Работа выполнена полностью, оформлена по требованиям.

контрольная работа	Выполнено правильно менее 30% работы. Не раскрыт полностью ни один вопрос.	Выполнено не менее 50% работы. Вопросы раскрыты с замечаниями, однако логика соблюдена.	Выполнено 51 - 80% работы. Ответы на вопросы полные, с несущественным и замечаниями.	Выполнено более 80% работы. Ответы на вопросы полные.
реферат	Материал не структурирован без учета специфики проблемы.	Материал слабо структурирован, не связан с ранее изученным, не выделены существенные признаки проблемы.	Материал структурирован, оформлен согласно требованиям, однако есть несущественные недостатки.	Материал структурирован, оформлен согласно требованиям.
экзамен	Не раскрыт полностью ни один теор. вопрос, практическое задание не выполнено или выполнено с грубыми ошибками.	Теор. вопросы раскрыты с замечаниями, однако логика соблюдена. Практическое задание выполнено, но с замечаниями: намечен ход выполнения, однако не полностью раскрыты возможности выполнения.	Теор. вопросы раскрыты с незначительными замечаниями, логика соблюдена. Практическое задание выполнено, но с некоторыми замечаниями.	Теор. вопросы раскрыты, логика соблюдена. Практическое задание выполнено.

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

7.3.1. Примерные практические задания

- 1.1. Методика проведения опросов потребителей. Анализ результатов опроса.
- 2.2. Разработка рекламной компании.

7.3.2. Примерные задания для контрольной работы

1. Вариант 1

1. Понятие маркетинга на современном этапе.
2. Жизненный цикл товара. Политика маркетинга в зависимости от жизненного цикла товара .
3. Задача.

Специализированное торговое предприятие реализовало мужские костюмы ОАО «Большевичка». Руководство предприятия решило стимулировать продажу этих изделий путем широкоформатной рекламы данной продукции через средства массовой информации. На эти цели было потрачено 2 млн руб. За первое полугодие до момента рекламной компании товарооборот по данным изделиям составлял лишь 12 млн руб. После применения рекламы он значительно вырос и за второе полугодие увеличился более чем в 3 раза, составив в конце года 38 млн руб. Определить экономическую эффективность рекламы мужских костюмов, если уровень издержек обращения равен 9 %, а размер торговой скидки на них был установлен в 25 %.

2. Вариант 2

1. Типы маркетинга в зависимости от спроса.
2. Признаки сегментирования.
3. Задача.

Для стимулирования продажи швейных изделий ОАО «Швейная фабрика имени Нины Ониловой» применили широкоформатную рекламу через средства массовой информации. На эти цели было потратили 2 млн руб. За первое полугодие до момента рекламной компании товарооборот по данным изделиям составлял лишь 12 млн руб. После применения рекламы он значительно вырос и за второе полугодие увеличился более чем в 3 раза, составив в конце года 38 млн руб. Определить экономическую эффективность рекламы мужских костюмов, если уровень издержек обращения равен 9 %, а размер торговой скидки на них был установлен в 25 %.

3. Вариант 3

1. Особенности рекламы на разных этапах ЖЦТ.
2. Классификация товаров широкого потребления.
3. Задача.

На широкоформатную рекламу швейной продукции фабрики «Арден» через средства массовой информации было потрачено 1,5 млн руб. За первое полугодие до момента рекламной компании товарооборот по данной продукции составлял лишь 10 млн руб. После применения рекламы он значительно вырос и за второе полугодие увеличился более чем в 2 раза, составив в конце года 23 млн руб. Определить экономическую эффективность рекламы швейной продукции данного предприятия, если уровень издержек обращения равен 9 %, а размер торговой скидки на них был установлен в 23 %.

7.3.3. Примерные темы для составления реферата

1. Маркетинг как научная дисциплина
2. Основные маркетинговые идеи и концепции
3. Особенности построения маркетинговой службы
4. Влияние маркетинговой деятельности на успех предприятия
5. Основополагающие функции маркетинга
6. Сущность маркетинговых коммуникаций
7. Формирование имиджа и стиля фирмы
8. Брэнд: сущность и значение
9. Сбыт продукции оптом и в розницу
10. Рекламная деятельность организации

7.3.4. Вопросы к экзамену

1. Понятие маркетинга на современном этапе.
2. Этапы развития маркетинга.
3. Функции предприятия, действующего на принципах маркетинга.
4. Типы маркетинга в зависимости от спроса.
5. Понятие рыночного сегмента. Необходимость сегментирования рынка.
6. Признаки сегментирования.
7. Позиционирование рынка.
8. Маркетинговое понимание товара
9. Классификация товаров широкого потребления
10. Классификация товаров производственно-технического назначения
11. Жизненный цикл товара. Политика маркетинга в зависимости от жизненного цикла товара
12. Стимулирование сбыта как элемент маркетинговой коммуникации

13. Особенности рекламы на разных этапах ЖЦТ
14. Преимущества и недостатки основных методов продвижения товара на рынок
15. Каналы распределения товара.
16. Планирование продаж.
17. Формы организации продажи товаров.
18. Выбор схем и условий товародвижения.
19. Оценка результатов работы товаропроводящей сети.
20. Опишите основные составляющие системы маркетинговой информации.
21. Объясните роль маркетинговых исследований в процессе управления
22. предприятием.
23. В чем состоят различия между внутренней и внешней маркетинговой
24. информацией?
25. Назовите источники вторичной маркетинговой информации.
26. В каких случаях целесообразно проводить кабинетные, а в каких – полевые исследования?
27. Раскройте основные этапы процесса маркетингового исследования.
28. Какие виды опросов вы знаете? Охарактеризуйте их.
29. Какие шкалы ответов используются при составлении анкет?
30. В чем состоят основные требования к составлению анкеты?
31. Методы изучения спроса.
32. Сегментация рынка.
33. Основные состояния спроса и соответствующие маркетинговые стратегии.
34. Сущность и значение сегментации. Основные этапы сегментации.
35. Выбор сегмента. Критерии сегментирования.
36. Измерение и прогнозирование спроса. Критерии сегментации для групп потребителей и для организаций.
37. Типы рекламы.
38. Эффективность рекламы и показатели ее определения.
39. Особенности рекламы на разных этапах жизненного цикла товара (ЖЦТ).

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

7.4.1. Оценивание практического задания

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий
Знание теоретического материала по предложенной проблеме	Теоретический материал усвоен	Теоретический материал усвоен и осмыслен	Теоретический материал усвоен и осмыслен, может быть применен в различных ситуациях по необходимости

Овладение приемами работы	Студент может применить имеющиеся знания для решения новой задачи, но необходима помощь преподавателя	Студент может самостоятельно применить имеющиеся знания для решения новой задачи, но возможно не более 2 замечаний	Студент может самостоятельно применить имеющиеся знания для решения новой задачи
Самостоятельность	Задание выполнено самостоятельно, но есть не более 3 замечаний	Задание выполнено самостоятельно, но есть не более 2 замечаний	Задание выполнено полностью самостоятельно

7.4.2. Оценивание выполнения контрольной работы

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий
Полнота и правильность ответа	Ответ полный, но есть замечания, не более 3	Ответ полный, последовательный, но есть замечания, не более 2	Ответ полный, последовательный, логичный
Степень осознанности, понимания изученного	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 3 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 2 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно
Языковое оформление ответа	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не	Речь грамотная, соблюдены нормы культуры речи
Соблюдение требований к оформлению	Не более 4 замечаний	Не более 3 замечаний	Правильное оформление ссылок на используемую литературу; грамотность и культура изложения; владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; соблюдение требований к объему реферата
Грамотность	Не более 4 замечаний	Не более 3 замечаний	Отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; литературный стиль

7.4.3. Оценивание реферата

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий

Новизна реферированного текста	Проблема, заявленная в тексте, имеет научную новизну и актуальность. Авторская позиция не обозначена. Есть не более 3 замечаний	Проблема, заявленная в тексте, имеет научную новизну и актуальность. Авторская позиция не обозначена. Есть не более 2 замечаний	Проблема, заявленная в тексте, имеет научную новизну и актуальность. Выражена авторская позиция
Степень раскрытия проблемы	План соответствует теме реферата, отмечается полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; обоснованы способы и методы работы с материалом; продемонстрировано умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы. Есть не более 3 замечаний	План соответствует теме реферата, отмечается полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; обоснованы способы и методы работы с материалом; продемонстрировано умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы. Есть не более 2 замечаний	План соответствует теме реферата, отмечается полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; обоснованы способы и методы работы с материалом; продемонстрировано умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы
Обоснованность выбора источников	5-8 источников	8-10 источников	Отмечается полнота использования литературных источников по проблеме; привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.), более 10 источников
Соблюдение требований к оформлению	Не более 4 замечаний	Не более 3 замечаний	Правильное оформление ссылок на используемую литературу; грамотность и культура изложения; владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; соблюдение требований к объему реферата; культура оформления: выделение абзацев.

Грамотность	Не более 4 замечаний	Не более 3 замечаний	Отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; литературный стиль
-------------	----------------------	----------------------	---

7.4.4. Оценивание экзамена

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий
Полнота ответа, последовательность и логика изложения	Ответ полный, но есть замечания, не более 3	Ответ полный, последовательный, но есть замечания, не более 2	Ответ полный, последовательный, логичный
Правильность ответа, его соответствие рабочей программе учебной дисциплины	Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины, но есть замечания, не более 3	Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины, но есть замечания, не более 2	Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины
Способность студента аргументировать свой ответ и приводить примеры	Ответ аргументирован, примеры приведены, но есть не более 3 несоответствий	Ответ аргументирован, примеры приведены, но есть не более 2 несоответствий	Ответ аргументирован, примеры приведены
Осознанность излагаемого материала	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 3 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 2 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно
Соответствие нормам культуры речи	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не	Речь грамотная, соблюдены нормы культуры речи
Качество ответов на вопросы	Есть замечания к ответам, не более 3	В целом, ответы раскрывают суть вопроса	На все вопросы получены исчерпывающие ответы

7.5. Итоговая рейтинговая оценка текущей и промежуточной аттестации студента по дисциплине

По учебной дисциплине «Маркетинг в легкой промышленности» используется 4-балльная система оценивания, итог оценивания уровня знаний обучающихся предусматривает экзамен. В зачетно-экзаменационную ведомость вносится оценка по четырехбалльной системе. Обучающийся, выполнивший не менее 60 % учебных поручений, предусмотренных учебным планом и РПД, допускается к экзамену. Наличие невыполненных учебных поручений может быть основанием для дополнительных вопросов по дисциплине в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся, получивший не менее 3 баллов на экзамене, считается аттестованным.

Шкала оценивания текущей и промежуточной аттестации студента

Уровни формирования компетенции	Оценка по четырехбалльной шкале
	для экзамена
Высокий	отлично
Достаточный	хорошо
Базовый	удовлетворительно
Компетенция не сформирована	неудовлетворительно

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

Основная литература.

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-метод пособие, др.)	Кол-во в библ.
1.	Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Ю. В. Морозов, В. Т. Гришина. - 9-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 448 с.	Учебники	https://e.lanbook.com/book/93346
2.	Васильев Г.А. Основы рекламы: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. 032401 - Реклама / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: Вузовский учебник; М.Инфра-М, 2014. - 407 с.	учебное пособие	10

3.	Романов А.А. Разработка рекламного продукта: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. 032401 "Реклама" / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков ; рец. Л. А. Данченко [и др.]. - М.: Вузовский учебник; М.Инфра-М, 2014. - 256 с.	учебное пособие	10
----	--	-----------------	----

Дополнительная литература.

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-метод пособие, др.)	Кол-во в библи.
1.	Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг: учеб. пособие для студ. учр-ий сред. спец. образования, обуч. по группе спец. "Экономика и управление" / А. В. Лукина. - М.: Форум; М.ИНФРА-М, 2015. - 238 с.	учебное пособие	10
2.	Череп А.В. Основы маркетингу: навч. посібник / А. В. Череп, О. С. Богма, О. Г. Череп ; рец.: І. Л. Сазонець, С. Я. Салига. - К.: Кондор, 2014. - 226 с.	учебное пособие	5

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

- 1.Поисковые системы: <http://www.rambler.ru>, <http://yandex.ru>,
- 2.Федеральный образовательный портал www.edu.ru.
- 3.Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/ru>
- 4.Государственная публичная научно-техническая библиотека России URL: <http://gpntb.ru>.
- 5.Государственное бюджетное учреждение культуры Республики Крым «Крымская республиканская универсальная научная библиотека»
- 6.Педагогическая библиотека <http://www.pedlib.ru/>
- 7.Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (РИНЦ) <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Общие рекомендации по самостоятельной работе магистрантов

Подготовка современного магистранта предполагает, что в стенах университета он овладеет методологией самообразования, самовоспитания, самосовершенствования. Это определяет важность активизации его самостоятельной работы.

Самостоятельная работа формирует творческую активность магистрантов, представление о своих научных и социальных возможностях, способность вычленять главное, совершенствует приемы обобщенного мышления, предполагает более глубокую проработку ими отдельных тем, определенных программой.

Основными видами и формами самостоятельной работы студентов по данной дисциплине являются: самоподготовка по отдельным вопросам; работа с базовым конспектом; подготовка к практическому занятию; работа с литературой, чтение дополнительной литературы; подготовка к контрольной работе; подготовка реферата; подготовка к экзамену.

Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной литературы. Основная функция учебников – ориентировать в системе тех знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по данной дисциплине будущими специалистами. Учебник также служит путеводителем по многочисленным произведениям, ориентируя в именах авторов, специализирующихся на определённых научных направлениях, в названиях их основных трудов. Вторая функция учебника в том, что он очерчивает некий круг обязательных знаний по предмету, не претендуя на глубокое их раскрытие.

Чтение рекомендованной литературы – это та главная часть системы самостоятельной учебы магистранта, которая обеспечивает подлинное усвоение науки. Читать эту литературу нужно по принципу: «идея, теория, метод в одной, в другой и т.д. книгах».

Во всех случаях рекомендуется рассмотрение теоретических вопросов не менее чем по трем источникам. Изучение проблемы по разным источникам – залог глубокого усвоения науки. Именно этот блок, наряду с выполнением практических заданий является ведущим в структуре самостоятельной работы

Вниманию магистрантов предлагаются список литературы, вопросы к самостоятельному изучению и вопросы к экзамену.

Для успешного овладения дисциплиной необходимо выполнять следующие требования:

- 1) выполнять все определенные программой виды работ;
- 2) посещать занятия, т.к. весь тематический материал взаимосвязан между собой и, зачастую, самостоятельного теоретического овладения пропущенным материалом недостаточно для качественного его усвоения;
- 3) все рассматриваемые на занятиях вопросы обязательно фиксировать в отдельную тетрадь и сохранять её до окончания обучения в вузе;
- 4) проявлять активность при подготовке и на занятиях, т.к. конечный результат овладения содержанием дисциплины необходим, в первую очередь, самому бакалавру;

5) в случаях пропуска занятий по каким-либо причинам обязательно отрабатывать пропущенное преподавателю во время индивидуальных консультаций.

Внеурочная деятельность магистранта по данной дисциплине предполагает:

- самостоятельный поиск ответов и необходимой информации по предложенным вопросам;
- выполнение практических заданий;
- выработку умений научной организации труда.

Успешная организация времени по усвоению данной дисциплины во многом зависит от наличия у магистранта умения самоорганизовать себя и своё время для выполнения предложенных домашних заданий. Объём заданий рассчитан максимально на 2-3 часа в неделю. При этом алгоритм подготовки будет

- 1 этап – поиск в литературе теоретической информации по предложенным преподавателем вопросам;

- 2 этап – осмысление полученной информации, освоение терминов и понятий;

- 3 этап – составление плана ответа на каждый вопрос;

- 4 этап – поиск примеров по данной проблематике.

Работа с базовым конспектом

Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций в различных формах их проведения: проблемные лекции с элементами эвристической беседы, информационные лекции, лекции с опорным конспектированием, лекции-визуализации.

На лекциях преподаватель рассматривает вопросы программы курса, составленной в соответствии с государственным образовательным стандартом. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу.

Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям.

Во время самостоятельной проработки лекционного материала особое внимание следует уделять возникшим вопросам, непонятным терминам, спорным точкам зрения. Все такие моменты следует выделить или выписать отдельно для дальнейшего обсуждения на практическом занятии. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией. Полный список литературы по дисциплине приведен в рабочей программе дисциплины.

Подготовка реферата

Реферат является одной из форм рубежной или итоговой аттестации. Данная форма контроля является самостоятельной исследовательской работой. Поэтому недопустимо простое копирование текста из книги, либо же скачивание из сети Интернет готовой работы. Магистрант должен постараться раскрыть суть в исследуемой проблеме, привести имеющиеся точки зрения, а также обосновать собственный взгляд на нее.

Поэтому требования к реферату относятся, прежде всего, к оформлению и его содержанию, которое должно быть логично изложено и отличаться проблемно-тематическим характером. Помимо четко изложенного и структурированного материала, обязательно наличие выводов по каждому параграфу и общих по всей работе.

Нормативные требования к написанию реферата основываются на следующих принципах:

- Начать рекомендуется с правильной формулировки темы и постановки базовых целей и задач.
- В дальнейшем начинается отбор необходимого материала. Самое главное - "не жадничать" и убирать те данные, которые не смогут раскрыть сущность поставленной цели. Нельзя руководствоваться принципом: «Будет большой объем работы, значит, получу хорошую отметку». Это – неправильно, поскольку требования к реферату ГОСТ не только ограничивают его объем, но и жестко

Реферат содержит следующие разделы:

1. Введение, включает в себя: актуальность, в которой обосновать свой выбор данной темы; объект; предмет; цель; задачи и методы исследования; практическая и теоретическая значимость работы.
2. Основная часть. В основной части текст обязательно разбить на параграфы и под параграфы, в конце каждого сделать небольшое заключение с изложением своей точки зрения.

Подготовка реферата должна осуществляться на базе тех научных материалов, которые актуальны на сегодняшний день (за 10 последних лет).

3. Заключение.

4. Литература (список используемых источников). Оформлять его рекомендуется с указанием следующей информации: автор, название, место и год издания, наименование издательства и количество страниц.

Требования к реферату по оформлению следующие:

- Делать это рекомендуется только в соответствии с правилами, которые предъявляются в конкретном образовательном учреждении. Речь идет о титульном листе, списке литературы и внешнем виде страницы.

- Особое внимание должно быть уделено оформлению цитат, которые включаются в текст в кавычках, а далее в скобках дается порядковый номер первоисточника из списка литературы и через точку с запятой номер страницы.
- В соответствии с ГОСТ 9327-60 текст, таблицы и иллюстрации обязательно должны входить в формат А4.
- Реферат выполнять только на компьютере. Текст выравнивать по ширине, междустрочный интервал -полтора, шрифт -Times New Roman (14 пт.), параметры полей - нижнее и верхнее - 20 мм, левое -30, а правое -10 мм, а отступ абзаца -1,25
- В тексте обязательно акцентировать внимание на определенных терминах, понятиях и формулах при помощи подчеркивания, курсива и жирного шрифта. Помимо этого, должны выделяться наименования глав, параграфов и подпараграфов, но точки в конце них не ставятся.

Подготовка к практическому занятию

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы.

Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии.

Следовательно, работа на практическом занятии направлена не только на познание студентом конкретных явлений внешнего мира, но и на изменение самого себя.

Второй результат очень важен, поскольку он обеспечивает формирование таких общекультурных компетенций, как способность к самоорганизации и самообразованию, способность использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности студента. процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются.

В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте.

Объём заданий рассчитан максимально на 1-2 часа в неделю.

Подготовка к экзамену

Экзамен является традиционной формой проверки знаний, умений, компетенций, сформированных у студентов в процессе освоения всего содержания изучаемой дисциплины. В случае проведения экзамена студент получает баллы, отражающие уровень его знаний.

Правила подготовки к экзаменам:

- Лучше сразу сориентироваться во всем материале и обязательно расположить весь материал согласно экзаменационным вопросам.
- Сама подготовка связана не только с «запоминанием». Подготовка также предполагает и переосмысление материала, и даже рассмотрение альтернативных идей.
- Сначала студент должен продемонстрировать, что он «усвоил» все, что требуется по программе обучения (или по программе данного преподавателя), и лишь после этого он вправе высказать иные, желательные аргументированные точки зрения.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости))

Информационные технологии применяются в следующих направлениях:
оформление письменных работ выполняется с использованием текстового демонстрация компьютерных материалов с использованием мультимедийных технологий;

использование информационно-справочного обеспечения, такого как: правовые справочные системы (Консультант+ и др.), онлайн словари, справочники (Грамота.ру, Интуит.ру, Википедия и др.), научные публикации.

использование специализированных справочных систем (электронных учебников, справочников, коллекций иллюстраций и фотоизображений, фотобанков, профессиональных социальных сетей и др.).

OpenOffice Ссылка: <http://www.openoffice.org/ru/>

Mozilla Firefox Ссылка: <https://www.mozilla.org/ru/firefox/new/>

Libre Office Ссылка: <https://ru.libreoffice.org/>

Do PDF Ссылка: <http://www.dopdf.com/ru/>

7-zip Ссылка: <https://www.7-zip.org/>

Free Commander Ссылка: <https://freecommander.com/ru>

be Reader Ссылка: <https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html>попо

Gimp (графический редактор) Ссылка: <https://www.gimp.org/>

ImageMagick (графический редактор) Ссылка:
VirtualBox Ссылка: <https://www.virtualbox.org/>
Adobe Reader Ссылка: <https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html>
Операционная система Windows 8.1 Лицензионная версия по договору №471\1 от 11.12.2014 г.
Электронно-библиотечная система Библиокомплектатор
Национальна электронная библиотека - федеральное государственное бюджетное учреждение «Российская государственная библиотека» (ФГБУ «РГБ»)
Редакция Базы данных «ПОЛПРЕД Справочники»
Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ»

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

-компьютерный класс и доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки) (должен быть приложен график занятости компьютерного класса);
-проектор, совмещенный с ноутбуком для проведения лекционных занятий преподавателем и презентации обучающимися результатов работы
-методические материалы к практическим занятиям, лекции (рукопись, электронная версия), дидактический материал для обучающихся