

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор/Декан  
экономического факультета  
Кусакина Ольга Николаевна

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Рабочая программа дисциплины**

**Б1.В.06 Маркетинг в отраслях**

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

## 1. Цель дисциплины

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2 Способен исследовать и прогнозировать потребительский спрос	ПК-2.2 Прогнозирует потребительский спрос на целевых рынках	<b>знает</b> <b>умеет</b> <b>владеет навыками</b>
ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку ее эффективности реализации	ПК-3.1 Формирует комплекс маркетинга организации	<b>знает</b> <b>умеет</b> <b>владеет навыками</b>

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг в отраслях» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений программы.

Изучение дисциплины осуществляется в 7 семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Маркетинг в отраслях» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Интернет-маркетинг

Информационные технологии в маркетинге

Логистика сбыта и распределения

Производственная практика

Цифровые сервисы в маркетинге

Цифровые технологии в профессиональной деятельности

Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности

Маркетинг в АПК

Маркетинговая политика

Ценообразование в маркетинге

Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах

Ассортиментная политика

Маркетинговые исследования

Поведение потребителей

Товарная политика

Освоение дисциплины «Маркетинг в отраслях» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Инновационный маркетинг

Маркетинг событий и выставочная деятельность

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Преддипломная практика

Стратегический маркетинг

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг в отраслях» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
7	144/4	18	36		54	36	Эк
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	8				
практической подготовки		18	36		54		

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
7	144/4						0.25

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием ответственного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

№	Наименование раздела (этапа) практики	Семестр	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций	Код индикаторов достижения компетенций
			всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
					Практические	Лабораторные				
1.	1 раздел. Раздел 1									
1.1.	Отраслевая специфика современного маркетинга	7	6	2	4		6	КТ 1	Тест	ПК-3.1
1.2.	Промышленный маркетинг	7	6	2	4		6	КТ 1	Тест	ПК-2.2, ПК-3.1
1.3.	Маркетинг в агробизнесе	7	6	2	4		6	КТ 1	Тест	ПК-2.2, ПК-3.1
1.4.	Маркетинг в сфере услуг	7	6	2	4		6	КТ 2	Тест	ПК-2.2, ПК-3.1
1.5.	Банковский маркетинг	7	6	2	4		6	КТ 2	Тест	ПК-2.2, ПК-3.1
1.6.	Маркетинг в страховании	7	6	2	4		6	КТ 2	Тест	ПК-2.2, ПК-3.1
1.7.	Маркетинг в строительстве	7	6	2	4		6	КТ 3	Тест	ПК-2.2, ПК-3.1

1.8.	Маркетинг гостиничного хозяйства	7	6	2	4		6	КТ 3	Тест	ПК-2.2, ПК-3.1
1.9.	Маркетинг в туризме	7	6	2	4		6	КТ 3	Тест	ПК-2.2, ПК-3.1
1.10.	Экзамен	7								ПК-2.2, ПК-3.1
	Промежуточная аттестация	Эк								
	Итого		144	18	36		54			
	Итого		144	18	36		54			

### 5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка
Отраслевая специфика современного маркетинга	Отраслевая специфика современного маркетинга	2/-
Промышленный маркетинг	Промышленный маркетинг	2/2
Маркетинг в агробизнесе	Маркетинг в агробизнесе	2/-
Маркетинг в сфере услуг	Маркетинг в сфере услуг	2/-
Банковский маркетинг	Банковский маркетинг	2/2
Маркетинг в страховании	Маркетинг в страховании	2/-
Маркетинг в строительстве	Маркетинг в строительстве	2/-
Маркетинг гостиничного хозяйства	Маркетинг гостиничного хозяйства	2/-
Маркетинг в туризме	Маркетинг в туризме	2/-
Итого		18

### 5.2. Семинарские (практические, лабораторные) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Отраслевая специфика современного маркетинга	Отраслевая специфика современного маркетинга	Пр	4/2/4
Промышленный маркетинг	Промышленный маркетинг	Пр	4/-/4
Маркетинг в агробизнесе	Маркетинг в агробизнесе	Пр	4/2/4
Маркетинг в сфере	Маркетинг в сфере услуг	Пр	4/-/4

услуг			
Банковский маркетинг	Банковский маркетинг	Пр	4/2/4
Маркетинг в страховании	Маркетинг в страховании	Пр	4/-/4
Маркетинг в строительстве	Маркетинг в строительстве	Пр	4/-/4
Маркетинг гостиничного хозяйства	Маркетинг гостиничного хозяйства	Пр	4/-/4
Маркетинг в туризме	Маркетинг в туризме	Пр	4/2/4

### 5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

### 5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы самостоятельной работы	к текущему контролю
Отраслевая специфика современного маркетинга	6
Промышленный маркетинг	6
Маркетинг в агробизнесе	6
Маркетинг в сфере услуг	6
Банковский маркетинг	6
Маркетинг в страховании	6

Маркетинг в строительстве	6
Маркетинг гостиничного хозяйства	6
Маркетинг в туризме	6



Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2		3		4	
		1	2	3	4	5	6	7	8
	Цифровые сервисы в маркетинге						x		
	Цифровые технологии в профессиональной деятельности	x				x	x		
ПК-3.1:Формирует комплекс маркетинга организации	Ассортиментная политика				x				
	Маркетинг в АПК					x			
	Маркетинг в социальных сетях							x	
	Маркетинговая политика					x			
	Международный маркетинг							x	
	Преддипломная практика								x
	Производственная практика						x		
	Стратегический маркетинг								x
	Товарная политика				x				
	Управление конкурентоспособностью организации								x
Ценообразование в маркетинге						x			

## 7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Маркетинг в отраслях» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинг в отраслях» проводится в виде Экзамен.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

### Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций	Максимальное количество баллов
---------------------	---	--------------------------------

7 семестр			
КТ 1	Тест		10
КТ 2	Тест		10
КТ 3	Тест		10
<b>Сумма баллов по итогам текущего контроля</b>			<b>30</b>
Посещение лекционных занятий			20
Посещение практических/лабораторных занятий			20
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях			30
Итого			100
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
7 семестр			
КТ 1	Тест	10	10 баллов - выставляется студенту, если в тесте 85% и более правильных ответов; 5 баллов - выставляется студенту, если в тесте от 70% до 84% правильных ответов 3 балла - выставляется студенту, если в тесте от 55% до 69% правильных ответов 0 баллов - при менее 55% правильных ответов тест считается не сданным.
КТ 2	Тест	10	10 баллов - выставляется студенту, если в тесте 85% и более правильных ответов; 5 баллов - выставляется студенту, если в тесте от 70% до 84% правильных ответов 3 балла - выставляется студенту, если в тесте от 55% до 69% правильных ответов 0 баллов - при менее 55% правильных ответов тест считается не сданным.
КТ 3	Тест	10	10 баллов - выставляется студенту, если в тесте 85% и более правильных ответов; 5 баллов - выставляется студенту, если в тесте от 70% до 84% правильных ответов 3 балла - выставляется студенту, если в тесте от 55% до 69% правильных ответов 0 баллов - при менее 55% правильных ответов тест считается не сданным.

## Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

## Критерии и шкалы оценивания ответа на экзамене

Сдача экзамена может добавить к текущей балльно-рейтинговой оценке студентов не более 20 баллов:

Содержание билета	Количество баллов
Теоретический вопрос №1	до 7
Теоретический вопрос №2	до 7
Задача (оценка умений и	до 6
Итого	20

## Критерии оценки ответа на экзамене

Теоретические вопросы (вопрос 1, вопрос 2)

7 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

5 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

#### Оценивание задачи

6 баллов Задачи решены в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

5 баллов

4 балла Задачи решены с небольшими недочетами.

3 балла

2 балла Задачи решены не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задачи решены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задачи не решены или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

Перевод рейтинговых баллов в пятибалльную систему оценки знаний обучающихся:  
для экзамена:

- «отлично» – от 89 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному;

- «хорошо» – от 77 до 88 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками;

- «удовлетворительно» – от 65 до 76 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки;

- «неудовлетворительно» – от 0 до 64 баллов - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий

### **7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Маркетинг в отраслях»**

#### Вопросы к экзамену

1. Сущность современного маркетинга, стратегические подходы к его организации.
2. Особенности маркетинга в отраслях, сферах, комплексах экономики.
3. Структура стратегий, реализуемых компаниями различных отраслей и сфер современной экономики
4. Аналитическая функция маркетинга на предприятии
5. Производственная функция маркетинга на предприятии
6. Сбытовая функция маркетинга на предприятии
7. Функция управления и контроля
8. Маркетинг в агробизнесе
9. Особенности рынков в комплексе агробизнеса
10. Спрос на рынках сельскохозяйственной продукции
11. Товарное предложение на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров
12. Содержание и специфические особенности маркетинга средств производства
13. Источники маркетинговой информации о рынке средств производства
14. Маркетинг в сфере услуг
15. Понятие услуг, их отличие от товаров и классификация
16. Международные модели маркетинга услуг
17. Предпосылки внедрения маркетинга в банковскую сферу.

18. Понятие и цели банковского маркетинга.
19. Особенности банковского маркетинга
20. Планирование банковского маркетинга
21. Маркетинговая среда банка
22. Маркетинг в страховании
23. Анализ страхового рынка
24. Инструменты маркетинга на рынке страховых услуг.
25. Особенности сегментирования рынка страховых услуг
26. Основы маркетинга в строительстве.
27. Особенности строительной продукции, как товара.
28. Особенности продвижения строительной продукции.
29. Роль сайта в продвижении строительной организации.
30. Характеристика гостиничного бизнеса.
31. Состав и характеристика элементов комплекса маркетинга гостиничного сервиса.
32. Особенности сегментирования рынка в гостиничной индустрии.
33. Организация управления маркетингом в гостиничной сфере
34. Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг
35. Концепция развития маркетинга гостиничного бизнеса
36. Туристический маркетинг
37. Факторы, влияющие на развитие рынка туризма.
38. Определение целей и постановка задач маркетинга в туризме.
39. Особенности сегментирования рынка туристских услуг.
40. Маркетинг-микс туристского бизнеса.
41. Методы продвижения и продажи туристического продукта

1. Различают следующие типы услуг:

- a) производственные;
- b) профессиональные;
- c) распределительные;
- d) потребительские;
- e) общественные;
- f) все ответы верные

2. Процесс разработки, продвижения и реализации услуг, ориентированный на выявление специфических потребностей клиентов - это:

- a) маркетинг услуг;
- b) маркетинг- микс;
- c) разработка стратегии и плана маркетинга;
- d) усиление значимости услуги

3. Персонал сервисной фирмы обладает требуемыми навыками и знаниями, чтобы оказать услугу. Какому параметру качества соответствует данная характеристика:

- a) понимание
- b) надежность
- c) доступность
- d) компетентность.

4. Фирма старается как можно лучше понять специфические потребности заказчика и приспособиться к ним. Какому параметру качества соответствует данная характеристика:

- a) надежность
- b) безопасность
- c) понимание
- d) доступность.

5. Репутацией фирмы, гарантиями серьезного отношения к клиентам. Какому параметру

качества соответствует данная характеристика:

- a) доверие
- b) безопасность
- c) обходительность
- d) коммуникация.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

a) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1		

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Дисциплина «Маркетинг в отраслях» предусматривает изучение тем, в которых рассматриваются экономические аспекты взаимодействия общества и природы, концепции устойчивого эколого-экономического развития общества, дается системное представление об экономических проблемах, связанных с изменением состояния окружающей среды, с использованием природных ресурсов и экологизацией экономики, об экономической ценности природных ресурсов и услуг, изучаются возможности государственного регулирования и рыночных инструментов для рационального природопользования и др.

Дисциплина тесно связана с другими учебными дисциплинами, в которых изучаются основы маркетинга, производственный менеджмент, анализ хозяйственной деятельности. В процессе изучения курса также изучаются нормативные и законодательные акты, формирующие правовую, экономическую и природоохранную основу функционирования предприятия.

Дисциплина «Маркетинг в отраслях» предусматривает теоретическое изучение основных понятий, принципов, форм, экономических механизмов и методов рационального природопользования.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса. Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Результатом прослушивания лекции для студентов является конспект. При написании конспекта хорошо оставлять свободные места, предусмотреть поля, так как при проработке материала с использованием книги бывает необходимо дополнить или скорректировать записи. Такая работа с конспектом приводит к глубокому пониманию и освоению предмета.

Практические занятия проводятся в виде практических работ (обсуждение контрольных и проблемных вопросов, решение практико-ориентированных задач, рассмотрение примеров из практики отечественных предприятий и т.п.). Дисциплина «Маркетинг в отраслях» носит прикладной характер, а следовательно, особое внимание при проведении практических занятий уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Чтобы облегчить выполнение заданий, необходимо определить временные рамки. Еженедельная подготовка по экономике организаций требует временных затрат. Четкое фиксирование по времени регулярных дел, закрепление за ними одних и тех же часов – важный шаг к организации времени. При учете времени надо помнить об основной цели рационализации – получить наибольший эффект с наименьшими затратами. Учет – лишь средство для решения основной задачи: сэкономить время.

Важная роль в организации учебной деятельности отводится учебно-тематическому плану

дисциплины, дающему представление не только о тематической последовательности изучения курса, но и о затратах времени, отводимом на изучение курса. Успешность освоения курса «Экономика природопользования» во многом зависит от правильно спланированного времени при самостоятельной подготовке (в зависимости от специальности от 2–3 до 5 часов в неделю).

При подготовке к занятиям по экономике природопользования необходимо руководствоваться нормами времени на выполнение заданий. Например, при подготовке к занятию на проработку конспекта одной лекции, учебников, как правило, отводится от 0,5 часа до 2 часов, а на изучение первоисточников объемом 16 страниц печатного текста с составлением конспекта 1,5–2 часа, с составлением лишь плана около 1 часа.

Успешное изучение курса «Маркетинг в отраслях» предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделяется целям, задачам, структуре и содержанию курса.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Начиная изучение курса, студенту необходимо:

- ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы. К программе курса необходимо будет возвращаться постоянно, по мере усвоения каждой темы в отдельности, для того чтобы понять: достаточно ли полно изучены все вопросы;
- внимательно разобраться в структуре курса «Экономика природопользования», в системе распределения учебного материала по видам занятий, формам контроля, чтобы иметь представление о курсе в целом, о лекционной и практической части всего курса изучения;
- обратиться к методическим пособиям по дисциплине, позволяющим ориентироваться в последовательности выполнения заданий.

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).**

### *11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения*

1. Kaspersky Total Security - Антивирус

### *11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства*

1. Kaspersky Total Security - Антивирус

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий		
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа		
3	Учебные аудитории для самостоятельной работы студентов и индивидуальных и групповых консультаций:		
4	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации		

### 13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

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

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

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

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

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в отраслях» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970).

Автор (ы)

\_\_\_\_\_ доцент , к.э.н. Рыбасова Ю. В.

Рецензенты

\_\_\_\_\_ доцент , к.э.н. Байчерова А. Р.

\_\_\_\_\_ доцент , к.э.н. Запорожец Д. В.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в отраслях» рассмотрена на заседании Кафедра экономической теории, маркетинга и агроэкономики протокол № 20 от 17.04.2023 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Кусакина Ольга Николаевна

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в отраслях» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Экономический факультет протокол № от г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Руководитель ОП \_\_\_\_\_