

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ключников Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 10.04.2024 12:06:55
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель образовательной
программы

_____ Чайников Д.А.
«_____» _____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины: **Маркетинг**

Направление подготовки: 23.03.01 – Технология транспортных процессов
Профиль: Логистика и управление цепями поставок
Форма обучения: очная, заочная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры экономики и организации производства
Протокол № ____ от «___» _____ 2023 г.

Лист согласования

Внутренний документ "Маркетинг_2023_23.03.01_ЛЦПб"

Документ подготовил: Гурьева Мария Андреевна

Документ подписал:

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат	Дата	Комментарий
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень кандидата наук	Корякина Елена Анатольевна		Согласовано		
	Ведущий специалист		Кубасова Светлана Викторовна	Согласовано		
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна	Кислицина Мухаббат Абдурахмановна	Согласовано		

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины:

- получение слушателями знаний в области маркетинга;
- формирование комплекса знаний и умений, способствующих разработке и применению на практике наиболее эффективных стратегий маркетинга для формирования и воспроизводства спроса на услуги логистического комплекса;
- развитие понимания основ маркетинга через рассмотрение различных стратегий закупочной и распределительной логистики.

Задачи дисциплины:

- обучить студентов основным и новейшим тенденциям социально-экономическими системами с учетом передового отечественного и зарубежного опыта в области маркетинга;
- дать полное и всестороннее представление о специфических особенностях маркетинговой деятельности, об организационных формах и структурах маркетингового управления предприятиями логистики в условиях рыночной экономики;
- способствовать получению студентами необходимых практических знаний и навыков работы, использование которых позволит повысить эффективность деятельности предприятий логистики и управления цепями поставок, укрепить их позиции на рынке.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1, формируемой участниками отношений учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знание: сущности, особенностей, функций маркетинга, принципов организации маркетинговой деятельности, методов изучения и анализа рыночной конъюнктуры, специфику и основные направления маркетинговой политики предприятий сферы логистики;

умение: осуществлять комплексное изучение рынка, определять цели маркетинговой деятельности предприятий логистики;

владение: специальной терминологией в области основ маркетинга; современной научной методологией исследования проблем маркетинга; навыками межличностного общения при решении управленческих проблем маркетингового характера, в том числе навыками ведения дискуссии; навыками самостоятельного изучения учебной и научной литературы, материалов периодической печати по проблемам маркетинга.

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК) ¹	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
1	2	3
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1. Понимает основные законы и закономерности функционирования экономики, необходимые для решения профессиональных задач	Базовый уровень
		Знать (З1): содержание маркетинговой концепции управления и ее применение на предприятиях логистики и управления цепями поставок. Уметь (У1): систематизировать и обобщать маркетинговую информацию о состоянии внутренней и внешней среды организации с учетом специфики предприятиях логистики.

¹ В соответствии с ОПОП ВО.

		Владеть (В1): навыками сбора первичной и вторичной информации для анализа рынка логистических услуг и объектов сферы управление цепями поставок.
		<i>Повышенный уровень</i>
		Знать (З1): содержание маркетинговой концепции управления и ее применение на предприятиях логистики и управления цепями поставок; основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации.
		Уметь (У1): систематизировать и обобщать маркетинговую информацию о состоянии внутренней и внешней среды организации с учетом специфики предприятий логистики, применяя не менее трех инструментов анализа.
		Владеть (В1): навыками сбора первичной и вторичной информации для анализа рынка логистических услуг и объектов сферы управления цепями поставок, а также навыками проведения исследования логистического рынка с позиции оценки конкурентоспособности компании.
	УК-10.3. Использует основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач	<i>Базовый уровень</i>
		Знать (З2): основные методические подходы к анализу и диагностики, применимых для исследований конкретных ситуаций рынка логистики и управления цепями поставок.
		Уметь (У2): производить информационно-аналитическую работу по рынку логистических услуг, сравнивать параметры конкурентов; систематизировать маркетинговую информацию.
		Владеть (В2): современными и эффективными методами маркетингового исследования совокупного логистического рынка и организаций управления цепями поставок.
		<i>Повышенный уровень</i>
Знать (З2): основные методические подходы к анализу и диагностики, применимых для исследований конкретных ситуаций рынка логистики и управления цепями поставок, современные информационные технологии, справочные и информационные системы в сфере маркетинга.		
		Уметь (У2): производить информационно-аналитическую работу по рынку логистических услуг, сравнивать параметры конкурентов; систематизировать маркетинговую информацию и презентовать новые логистические услуги и/или проекты для развития бизнеса.
		Владеть (В2): современными и эффективными методами исследования совокупного логистического рынка, а также методами принятия и реализации управленческих решений, основанных на исследованиях перспективного спроса на логистическое управление цепями поставок для разработки и внедрения их в организации.

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
Очная	4/7	18	18	-	36	-	зачет
Заочная	1/1	4	4	-	60	4	зачет

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

7 семестр (базовый уровень)

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	Маркетинг в логистике	4	4	-	7	15	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
2	2	Эволюция маркетинга	3	3	-	7	13	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
3	3	Функции маркетинга в логистике	3	3	-	7	13	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
4	4	Технология маркетинга в логистике	4	4	-	8	16	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
5	5	Имидж организации и его использование в маркетинге	4	4	-	7	15	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
	1-5	Зачет	-	-	-	-	-	-	Подготовка к зачету (ФОС Приложение 4)
Итого за семестр:			18	18		36	72		

Таблица 5.1.2

7 семестр (повышенный уровень)

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				

1	1	Маркетинг в логистике	4	4	-	7	15	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
2	2	Эволюция маркетинга	3	3	-	7	13	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
3	3	Функции маркетинга в логистике	3	3	-	7	13	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
4	4	Технология маркетинга в логистике	4	4	-	8	16	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
5	5	Имидж организации и его использование в маркетинге	4	4	-	7	15	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
	1-5	Зачет	-	-	-	-	-	-	Вопросы к зачету (ФОС Приложение 4)
Итого за семестр:			18	18		36	72		

заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.3

1 семестр (базовый и повышенный уровни)

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	Маркетинг в логистике	0,5	0,5	-	10	11	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
2	2	Эволюция маркетинга	0,5	0,5	-	10	11	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
3	3	Функции маркетинга в логистике	1	1	-	10	12	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
4	4	Технология маркетинга в логистике	1	1	-	10	12	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание (ФОС Приложение 2)
5	5	Имидж организации и его использование в маркетинге	1	1	-	12	14	УК-10.1 УК-10.3	Тест (ФОС Приложение 1) Кейс-задание

									(ФОС Приложение 2)
	1-5	Контрольная работа	-	-	-	8	8	УК-10.1 УК-10.3	-
	1-5	Зачет	-	-	-	4	4	-	Подготовка к зачету (ФОС Приложение 4)
Итого за семестр:			4	4		64	72		

очно-заочная форма обучения (ОЗФО) не предусмотрено

5.2. Содержание дисциплины

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. Маркетинг в логистике.

Подходы к определению, принципы, уровни и виды. Маркетинг: подходы к определению. Принципы маркетинга. Внешний и внутренний маркетинг. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления персоналом с учетом специфики предприятия логистики.

Раздел 2. Эволюция маркетинга.

Этапы развития маркетинга. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом предприятий сферы логистики. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга: Д. Белл; Г. Штрутц; Р. Бюннер; Д. Эскадштейн и Ф. Шнеллингер; В. Фрелингом и К. Зитценшток. Российская теория маркетинга: А.Я Кибанов и И.Б. Дуракова.

Раздел 3. Функции маркетинга в логистике.

Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга. Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля. Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции. Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции. Авторский подход: аналитическая, информационная, коммуникационная, профориентационная, социальная, персональная и организационная функции.

Раздел 4. Технология маркетинга в логистике.

Маркетинговые стратегии инновационного развития логистических предприятий. Содержание маркетинговых инновационных стратегий развития логистических предприятий. Конкурентные стратегии. Комплекс маркетинга услуг как источник конкурентных преимуществ логистического предприятия. Модернизационный маркетинг как основа деятельности предприятий сферы логистики. Проблемы становления и эффективного использования концепции модернизационного маркетинга в сфере логистики. Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности на предприятии сферы логистики. Инновационные формы обеспечения модернизационных процессов в сфере логистики. Особенности инновационного маркетинга в отраслях логистической деятельности.

Раздел 5. Имидж организации и его использование в маркетинге

Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия (базовый уровень)

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекционного занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	4	0,5	-	Маркетинг в логистике
2	2	3	0,5	-	Эволюция маркетинга
3	3	3	1	-	Функции маркетинга в логистике
4	4	4	1	-	Технология маркетинга в логистике
5	5	4	1	-	Имидж организации и его использование в маркетинге
Итого:		18	4	-	

Лекционные занятия (повышенный уровень)

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекционного занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	4	0,5	-	Маркетинг в логистике
2	2	3	0,5	-	Эволюция маркетинга
3	3	3	1	-	Функции маркетинга в логистике
4	4	4	1	-	Технология маркетинга в логистике
5	5	4	1	-	Имидж организации и его использование в маркетинге
Итого:		18	4	-	

Практические занятия (базовый уровень)

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекционного занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	4	0,5	-	Маркетинг в логистике
2	2	3	0,5	-	Эволюция маркетинга
3	3	3	1	-	Функции маркетинга в логистике
4	4	4	1	-	Технология маркетинга в логистике
5	5	4	1	-	Имидж организации и его использование в маркетинге
Итого:		18	4	-	

Практические занятия (повышенный уровень)

Таблица 5.2.4

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекционного занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	4	0,5	-	Маркетинг в логистике
2	2	3	0,5	-	Эволюция маркетинга
3	3	3	1	-	Функции маркетинга в логистике
4	4	4	1	-	Технология маркетинга в логистике
5	5	4	1	-	Имидж организации и его использование в маркетинге
Итого:		18	4	-	

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента (базовый уровень)

Таблица 5.2.5

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	1	7	10	-	Маркетинг в логистике	Подготовка к теоретическому тестированию.

						Подготовка к защите ответов по выданному кейс-заданию.
2	2	7	10	-	Эволюция маркетинга	Подготовка к теоретическому тестированию. Подготовка к защите ответов по выданному кейс-заданию.
3	3	7	10	-	Функции маркетинга в логистике	Подготовка к теоретическому тестированию. Подготовка к защите ответов по выданному кейс-заданию.
4	4	8	10	-	Технология маркетинга в логистике	Подготовка к теоретическому тестированию. Подготовка к защите ответов по выданному кейс-заданию.
5	5	7	12	-	Имидж организации и его использование в маркетинге	Подготовка к теоретическому тестированию. Подготовка к защите ответов по выданному кейс-заданию.
	1-5	-	8	-	Подготовка контрольной работы	
	1-5	-	4	-	Подготовка к зачету	
Итого:		36	64	-		

Самостоятельная работа студента (повышенный уровень)

Таблица 5.2.6

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	1	7	10	-	Маркетинг в логистике	Подготовка к теоретическому тестированию. Подготовка к защите ответов по выданному кейс-заданию.
2	2	7	10	-	Эволюция маркетинга	Подготовка к теоретическому тестированию. Подготовка к защите ответов по выданному кейс-заданию.
3	3	7	10	-	Функции маркетинга в логистике	Подготовка к теоретическому тестированию. Подготовка к защите ответов по выданному кейс-заданию.
4	4	8	10	-	Технология маркетинга в логистике	Подготовка к теоретическому тестированию. Подготовка к защите ответов по выданному кейс-заданию.

5	5	7	12	-	Имидж организации и его использование в маркетинге	Подготовка к теоретическому тестированию. Подготовка к защите ответов по выданному кейс-заданию.
	1-5	-	8	-	Подготовка контрольной работы	
	1-5	-	4		Подготовка к зачету	
Итого:		36	64			

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- дистанционная образовательная технология;
- визуализация учебного материала путем демонстрации мультимедийных презентаций в формате PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия);
- метод проектов (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

Не предусмотрено

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

7 семестр

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1 текущая аттестация		
1	Решение кейс-заданий по разделам 1, 2	0-20
2	Тестирование по разделам 1, 2	0-10
ИТОГО за первую текущую аттестацию		0-30
2 текущая аттестация		
1	Решение кейс-заданий по разделам 3, 4	0-20
2	Тестирование по разделам 3, 4	0-10
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		0-30
3 текущая аттестация		
1	Решение кейс-задания по разделу 5	0-10
2	Тестирование по разделам 1-5	0-30
ИТОГО за третью текущую аттестацию		0-40
ВСЕГО		0-100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

1 семестр

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Решение кейс-заданий по разделам 1-5	0-50
2	Тестирование по разделам 1-5	0-50
	ВСЕГО	0-100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPRSMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Официальный сайт частного некоммерческого фонда конференций в сфере технологий, развлечений, дизайна – <https://www.ted.com/talks>
- Сайт для изучающих английский язык американской телекомпании VOA – <https://learningenglish.voanews.com/>
- Сайт для изучающих английский язык британской телекомпании BBC – <http://www.bbc.co.uk/learningenglish>

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т. ч. отечественного производства:

Microsoft Office Professional Plus
Windows 10

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	Маркетинг	Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в	625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70

		комплекте, проектор, проекционный экран. Программное обеспечение: Microsoft Office Professional Plus, Zoom (бесплатная версия), свободно распространяемое ПО	
2		Лабораторные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран. Программное обеспечение: Microsoft Office Professional Plus, Zoom (бесплатная версия), свободно распространяемое ПО	625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

Важной формой самостоятельной работы студента является систематическая и планомерная подготовка к практическому занятию. После лекции студент должен познакомиться с планом практических занятий и списком обязательной и дополнительной литературы, которую необходимо прочитать, изучить и законспектировать. Разъяснение по вопросам новой темы студенты получают у преподавателя в конце предыдущего практического занятия.

Подготовка к практическому занятию требует, прежде всего, чтения рекомендуемых источников и монографических работ. Важным этапом в самостоятельной работе студента является повторение материала по конспекту лекции. Одна из главных составляющих внеаудиторной подготовки – работа с книгой. Она предполагает: внимательное прочтение, критическое осмысление содержания, обоснование собственной позиции по дискуссионным моментам, постановки интересующих вопросов, которые могут стать предметом обсуждения на практическом занятии.

В начале практического занятия должен присутствовать организационный момент и вступительная часть. Преподаватель произносит краткую вступительную речь, где формулируются основные вопросы и проблемы, способы их решения в процессе работы.

В конце каждой темы подводятся итоги, предлагаются темы докладов, выносятся вопросы для самоподготовки. Как средство контроля и учета знаний студентов в течение семестра проводятся контрольные работы.

Практические занятия являются одной из важнейших форм обучения студентов: они позволяют студентам закрепить, углубить и конкретизировать знания по курсу алгебры и теории чисел, подготовиться к научно-исследовательской деятельности. В процессе работы на практических занятиях обучающийся должен совершенствовать умения и навыки самостоятельного анализа источников и научной литературы, что необходимо для научно-исследовательской работы.

Усвоенный материал необходимо научиться применять при решении практических задач.

Успешному осуществлению внеаудиторной самостоятельной работы способствуют тестирования. Они обеспечивают непосредственную связь между студентом и преподавателем (по ним преподаватель судит о трудностях, возникающих у студентов в ходе учебного процесса, о степени усвоения предмета, о помощи, какую надо указать, чтобы устранить пробелы в знаниях); они используются для осуществления контрольных функций.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа является одной из важнейших форм изучения любой дисциплины. Она позволяет систематизировать и углубить теоретические знания, закрепить умения и навыки, способствует развитию умений пользоваться научной и учебно-методической литературой. Познавательная деятельность в процессе самостоятельной работы требует от студента высокого уровня активности и самоорганизованности.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов представляет собой логическое продолжение аудиторных занятий. Затраты времени на выполнение этой работы регламентируются рабочим учебным планом. Режим работы выбирает сам обучающийся в зависимости от своих способностей и конкретных условий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Самостоятельная работа включает в себя работу с конспектом лекций, изучение и конспектирование рекомендуемой литературы, подготовка мультимедиа-сообщений/докладов, подготовка реферата, тестирование, решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, научно-исследовательскую работу и др.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Работа на лекции – это сложный процесс, который включает в себя такие элементы как слушание, осмысление и, собственно, конспектирование. Для того, чтобы лекция выполнила свое назначение, важно подготовиться к ней и ее записи еще до прихода преподавателя в аудиторию, поскольку в первые минуты лекции объявляется тема лекции, формулируется ее основная цель. Без этого дальнейшее восприятие лекции становится сложным. Важно научиться слушать преподавателя во время лекции. Здесь не следует путать такие понятия как слышать и слушать. Слушание лекции состоит из нескольких этапов, начиная от слышания (первый шаг в процессе осмысленного слушания) и заканчивая оценкой сказанного.

Чтобы процесс слушания стал более эффективным, нужно разделять качество общения с лектором, научиться поддерживать непрерывное внимание к выступающему. Для оптимизации процесса слушания следует:

1. научиться выделять основные положения. Нельзя понять и запомнить все, что говорит выступающий, однако можно выделить основные моменты. Для этого необходимо обращать внимание на вводные слова, словосочетания, фразы, которые используются, как правило, для перехода к новым положениям, выводам и обобщениям;

2. во время лекции осуществлять поэтапный анализ и обобщение, услышанного. Необходимо постоянно анализировать и обобщать положения, раскрываемые в речи говорящего. Стараясь представить материал обобщенно, мы готовим надежную базу для экономной, свернутой его записи. Делать это лучше всего по этапам, ориентируясь на момент логического завершения одного вопроса (под вопроса, тезиса и т.д.) и перехода к другому;

3. готовность слушать выступление лектора до конца.

Слушание является лишь одним из элементов хорошего усвоения лекционного материала.

Поток информации, который сообщается во время лекции необходимо фиксировать, записывать – научиться вести конспект лекции, где формулировались бы наиболее важные моменты, основные положения, излагаемые лектором. Для ведения конспекта лекции следует

использовать тетрадь. Ведение конспекта на листочках не рекомендуется, поскольку они не так удобны в использовании и часто теряются. При оформлении конспекта лекции необходимо оставлять поля, где студент может записать свои собственные мысли, возникающие параллельно с мыслями, высказанными лектором, а также вопросы, которые могут возникнуть в процессе слушания, чтобы получить на них ответы при самостоятельной проработке материала лекции, при изучении рекомендованной литературы или непосредственно у преподавателя в конце лекции.

Составляя конспект лекции, следует оставлять значительный интервал между строчками. Это связано с тем, что иногда возникает необходимость вписать в первоначальный текст лекции одну или несколько строчек, имеющих принципиальное значение и почерпнутых из других источников. Расстояние между строками необходимо также для подчеркивания слов или целых групп слов (такое подчеркивание вызывается необходимостью привлечь внимание к данному месту в тексте при повторном чтении). Обычно подчеркивают определения, выводы.

Главным отличием конспекта лекции от текста является свертывание текста. При ведении конспекта удаляются отдельные слова или части текста, которые не выражают значимую информацию, а развернутые обороты речи заменяют более лаконичными или же синонимичными словосочетаниями. При конспектировании основную информацию следует записывать подробно, а дополнительные и вспомогательные сведения, примеры – очень кратко. Особенно важные моменты лекции, на которые следует обратить особое внимание лектор, как правило, читает в замедленном темпе, что позволяет сделать их запись дословной. Также важно полностью без всяких изменений вносить в тетрадь схемы, таблицы, чертежи и т.п., если они предполагаются в лекции. Для того, чтобы совместить механическую запись с почти дословным фиксированием наиболее важных положений, можно использовать системы условных сокращений. В первую очередь сокращаются длинные слова и те, что повторяются в речи лектора чаще всего. При этом само сокращение должно быть по возможности кратким.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: **Маркетинг**

Код, направление подготовки: **23.03.01 Технология транспортных процессов**

Направленность: **Логистика и управление цепями поставок**

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1. Понимает основные законы и закономерности функционирования экономики, необходимые для решения профессиональных задач	Знать (З1): содержание маркетинговой концепции управления и ее применение на предприятиях логистики и управления цепями поставок.	Не знает содержание маркетинговой концепции управления и ее применение на предприятиях логистики и управления цепями поставок.	Демонстрирует отдельные знания о содержании маркетинговой концепции управления и ее применении на предприятиях логистики и управления цепями поставок.	Демонстрирует достаточные знания о содержании маркетинговой концепции управления и ее применении на предприятиях логистики и управления цепями поставок.	Демонстрирует исчерпывающие знания о содержании маркетинговой концепции управления и ее применении на предприятиях логистики и управления цепями поставок.
		Уметь (У1): систематизировать и обобщать маркетинговую информацию о состоянии внутренней и внешней среды организации с учетом специфики предприятий логистики.	Не умеет систематизировать и обобщать маркетинговую информацию о состоянии внутренней и внешней среды организации с учетом специфики предприятий логистики.	Умеет систематизировать и обобщать маркетинговую информацию о состоянии внутренней и внешней среды организации с учетом специфики предприятий логистики.	Хорошо умеет систематизировать и обобщать маркетинговую информацию о состоянии внутренней и внешней среды организации с учетом специфики предприятий логистики.	В совершенстве умеет систематизировать и обобщать маркетинговую информацию о состоянии внутренней и внешней среды организации с учетом специфики предприятий логистики.
		Владеть (В1): навыками сбора первичной и вторичной информации для анализа рынка логистических услуг и объектов сферы	Не владеет навыками сбора первичной и вторичной информации для анализа рынка логистических услуг и объектов сферы	Владеет навыками сбора первичной и вторичной информации для анализа рынка логистических услуг и объектов сферы	Хорошо владеет навыками сбора первичной и вторичной информации для анализа рынка логистических услуг и объектов сферы	В совершенстве владеет навыками сбора первичной и вторичной информации для анализа рынка логистических услуг и объектов сферы

	управление цепями поставок.	управление цепями поставок.	управление цепями поставок.	управление цепями поставок.	управление цепями поставок.
УК-10.3. Использует основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач	Знать (З2): основные методические подходы к анализу и диагностики, применимых для исследований конкретных ситуаций рынка логистики и управления цепями поставок.	Не знает основные методические подходы к анализу и диагностики, применимых для исследований конкретных ситуаций рынка логистики и управления цепями поставок.	Демонстрирует отдельные знания основных методических подходов к анализу и диагностики, применимых для исследований конкретных ситуаций рынка логистики и управления цепями поставок.	Демонстрирует достаточные знания основных методических подходов к анализу и диагностики, применимых для исследований конкретных ситуаций рынка логистики и управления цепями поставок.	Демонстрирует исчерпывающие знания об основных методических подходах к анализу и диагностики, применимых для исследований конкретных ситуаций рынка логистики и управления цепями поставок.
	Уметь (У2): производить информационно-аналитическую работу по рынку логистических услуг, сравнивать параметры конкурентов; систематизировать маркетинговую информацию.	Не умеет производить информационно-аналитическую работу по рынку логистических услуг, сравнивать параметры конкурентов; систематизировать маркетинговую	Умеет производить информационно-аналитическую работу по рынку логистических услуг, сравнивать параметры конкурентов; систематизировать маркетинговую	Хорошо умеет производить информационно-аналитическую работу по рынку логистических услуг, сравнивать параметры конкурентов; систематизировать маркетинговую	В совершенстве умеет производить информационно-аналитическую работу по рынку логистических услуг, сравнивать параметры конкурентов; систематизировать маркетинговую.
	Владеть (В2): современными и эффективными методами маркетингового исследования совокупного логистического рынка и организаций управления цепями поставок.	Не владеет определенными современными и эффективными методами маркетингового исследования совокупного логистического рынка и организаций управления цепями поставок.	Владеет определенными современными и эффективными методами маркетингового исследования совокупного логистического рынка и организаций управления цепями поставок.	Хорошо владеет определенными современными и эффективными методами маркетингового исследования совокупного логистического рынка и организаций управления цепями поставок.	В совершенстве владеет определенными современными и эффективными методами маркетингового исследования совокупного логистического рынка и организаций управления цепями поставок.

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: **Маркетинг**Код, направление подготовки: **23.03.01 Технология транспортных процессов**Направленность: **Логистика и управление цепями поставок**

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество Экземпляро в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531182	ЭР*	25	100	+
2	Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531483	ЭР*	25	100	+
3	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512019	ЭР*	25	100	+
4	Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511398	ЭР*	25	100	+
5	Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15426-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510611	ЭР*	25	100	+

*ЭР – электронный ресурс для автор. пользователей доступен через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>