

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ДВ.10.01 Основы маркетинговой компетентности

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)

38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности

Форма обучения

заочная

Год набора

2018

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Программу составили \_\_\_\_\_

ст. преподаватель, О.С. Веремеенко

\_\_\_\_\_  
должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель курса «Основы маркетинговой компетентности» – информировать студентов о характеристиках будущей профессии маркетолога в сфере торговли, а также о содержании и особенностях учебного процесса подготовки студентов.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

1. Изучение общей характеристики направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

2. Изучение структуры государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

3. Изучение компетенций, формируемых у студентов в период обучения по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

4. Изучение основ маркетинговой деятельности на предприятиях торговли

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
<b>ОК-5: способностью к самоорганизации и самообразованию</b>	
ОК-5: способностью к самоорганизации и самообразованию	<ul style="list-style-type: none"><li>- основополагающие принципы маркетинговой деятельности</li><li>- самостоятельно применять полученные знания в практической деятельности</li><li>- основными методами и приемами маркетинговой деятельности</li></ul>
<b>ОК-9: владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения</b>	
ОК-9: владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	<ul style="list-style-type: none"><li>- особенности маркетинговой деятельности в современных условиях</li><li>- управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</li><li>- навыки планирования и реализации маркетинговых исследований, способствующих повышению компетентности и конкурентоспособности фирмы на рынке</li></ul>
<b>ПК-5: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами</b>	

ПК-5: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные компетенции маркетолога в области организационно-управленческой деятельности</li> <li>- работать в малых коллективах в области организационно-управленческой деятельности</li> <li>- способностью решать профессиональные задачи</li> </ul>
управленческой работе с малыми коллективами	организационно-управленческой деятельности

#### **1.4 Особенности реализации дисциплины**

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	Семестр					
		1	2	3	4	5	6

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.								
				Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.		
						Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы				
						Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС			Всего
<b>1.</b>												
		1. Общая характеристика направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»		2								
		2. Общая характеристика направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»				2						
		3. Общая характеристика направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»									12	
		4. Структура государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (квалификация бакалавр)		2								
		5. Структура государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (квалификация бакалавр)				2						
		6. Структура государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (квалификация бакалавр)									20	

7. Реализация компетенций в практической деятельности по направлению подготовки «Торговое дело» профиль «Маркетинг в торговой деятельности»	2							
8. Реализация компетенций в практической деятельности по направлению подготовки «Торговое дело» профиль «Маркетинг в торговой деятельности»			2					
9. Реализация компетенций в практической деятельности по направлению подготовки «Торговое дело» профиль «Маркетинг в торговой деятельности»							26	
10. Маркетолог на предприятиях сферы торговли								
11. Маркетолог на предприятиях сферы торговли			2					
12. Маркетолог на предприятиях сферы торговли							32	
13.								
Всего	6		8				90	

## **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. Парамонова Т. Н. Маркетинг: учебник для вузов по направлению подготовки "Коммерция" и специальностям "Коммерция (торговое дело)", "Маркетинг", "Реклама"(Москва: КНОРУС).
2. Нуралиев С. У., Нуралиева Д. С. Маркетинг: учебник для вузов по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент", "Торговое дело" (квалификация "бакалавр")(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
3. Егоров Ю. Н. Основы маркетинга: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
4. Резник Г. А. Введение в маркетинг: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
5. Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В. Маркетинг: Учебник (Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
6. Годин А. М. Маркетинг: учебник для вузов по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент" и "Торговое дело"(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
7. Басовский Л. Е., Басовская Е. Н. Маркетинг: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").

### **4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

1. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 2.
3. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
- 4.
5. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

### **4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:
2. Российские электронные научные журналы и базы данных
3. ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам:  
<http://window.edu.ru/>
4. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>



5. Университетская библиотека онлайн: [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
6. ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>
7. Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <http://dvs.rsl.ru> (доступ к полному тексту), <http://diss.rsl.ru> (доступ к каталогу)
8. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <http://www.znaniium.com>
9. Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>
10. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»»: <http://rucont.ru>
11. Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <http://elcat.kgtei.ru:82/>
12. Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online
13. Cambridge University Press: <http://www.journals.cambridge.org>
14. Biological & Agricultural Index Plus:  
<http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus>
15. Books24x7: <http://library.books24x7.com/library.asp?>
16. EBSCO Publishing: <http://search.ebscohost.com>
17. Euromonitor International: <http://www.portal.euromonitor.com>
18. Journal Citation Reports (JCR): <http://isiknowledge.com>
19. E Complete: <http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete>
20. Oxford Journals: <http://www.oxfordjournals.org>
21. Science/AAAS: <http://www.sciencemag.org>
22. Scopus: <http://www.scopus.com>
23. Web of Science: <http://isiknowledge.com>
24. Elsevier (журналы открытого доступа): <http://sciencedirect.com>
25. Локальные базы данных
26. Электронный каталог НБ СФУ;
27. Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;
28. Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;
29. [www.aup.ru](http://www.aup.ru) – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
30. <http://www.retail.ru/> - Все о розничной торговле
31. [www.russianmarket.ru](http://www.russianmarket.ru) – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
32. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – Реклама, маркетинг, PR
- 33.
34. На сегодняшний день СФУ представлен в Интернет официальным сайтом института, сайтами подразделений, факультетов, кафедр; сайтами электронных изданий; поисковыми и информационными системами; тематическими сайтами по отдельным сферам деятельности.

## **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## **6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).