

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

очная

Год набора

2020

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

ПК-5: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-	<ul style="list-style-type: none"> - основные компетенции маркетолога в области организационно-управленческой деятельности - работать в малых коллективах в области организационно-управленческой деятельности - способностью решать профессиональные задачи
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)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1 (36)	
занятия лекционного типа	0,5 (18)	
практические занятия	0,5 (18)	
Самостоятельная работа обучающихся:	2 (72)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	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	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1.									
	1. Общая характеристика направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»	4							
	2. Общая характеристика направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»			4					
	3. Общая характеристика направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»							18	
	4. Структура государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (квалификация бакалавр)	4							
	5. Структура государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (квалификация бакалавр)			4					
	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»	4							
8. Реализация компетенций в практической деятельности по направлению подготовки «Торговое дело» профиль «Маркетинг в торговой деятельности»			4					
9. Реализация компетенций в практической деятельности по направлению подготовки «Торговое дело» профиль «Маркетинг в торговой деятельности»							18	
10. Маркетолог на предприятиях сферы торговли	6							
11. Маркетолог на предприятиях сферы торговли			6					
12. Маркетолог на предприятиях сферы торговли							16	
13.								
Всего	18		18				72	

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
- 6.

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
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 – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
30. <http://www.retail.ru/> - Все о розничной торговле
31. www.russianmarket.ru – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
32. 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).