



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«Казанский государственный аграрный университет»  
(ФГБОУ ВО Казанский ГАУ)

Институт экономики

Кафедра управления сельскохозяйственным производством



Рабочая программа дисциплины

«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

по направлению подготовки

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) подготовки  
«Государственная и муниципальная служба»

Уровень  
бакалавриата

Форма обучения  
Очная, заочная

Год поступления 2020

Казань – 2020

Составитель: Сафиуллин Нияз Азатович, ст. преподаватель

Рабочая программа обсуждена и одобрена на заседании кафедры управления сельскохозяйственным производством 28 апреля 2020 года (протокол №9 )

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент  Савушкина Л.Н.

Рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии Института экономики «12» мая 2020 года (протокол №11)

Пред. метод. комиссии, к.э.н., доцент  Гатина Ф.Ф.

Согласовано:  
Директор Института экономики,  
к.э.н., доцент  Низамутдинов М.М.

Протокол ученого совета Института экономики «12» мая 2020 года (протокол №9)

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения ОПОП бакалавриата по направлению обучения 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» направленность (профиль) подготовки «Государственная и муниципальная служба», обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Основы маркетинга»

| Код компетенции | Содержание компетенций (в соответствии с ФГОС ВО)                                                                                                                                                                                                                                     | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК-3            | способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности<br>1 этап                                                                                                                                                                                   | <p><i>1. Знать:</i><br/>закономерности функционирования современной экономики основные понятия, категории и инструменты экономической теории</p> <p><i>2. Уметь:</i><br/>анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты, выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций; использовать источники экономической информации</p> <p><i>3. Владеть:</i><br/>методологией экономического исследования; методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических моделей</p> |
| ПК-13           | способность использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий<br>1 этап | <p><i>1. Знать:</i><br/>- особенности управленческой деятельности в условиях риска и неопределенности;<br/>- экономические, социальные и политические условия осуществления государственных программ развития;<br/>- виды рисков и методы их снижения при разработке и реализации проектов; особенности разработки социально-экономических проектов (программ развития); критерии оценки последствий (результатов) реализации проектов (программ развития);</p> <p><i>2. Уметь:</i></p>                                                                              |

|       |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       |                                                                                                                                                         | <p>вырабатывать решения с учетом неопределенности и рисков;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить цели и формулировать задачи программ развития;</li> <li>- использовать современные методы для разработки программ развития ;</li> <li>- использовать современные методы для разработки социально-экономических проектов (программ развития);</li> </ul> <p><i>3. Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения своих профессиональных знаний и навыков для оценки конкурентной среды территории, формирования и разработки социально-экономических проектов (программ развития);</li> <li>- готовность к реализации проектов с использованием современных инновационных технологий</li> <li>- подходами к разработке социально-экономических проектов (программ развития);</li> </ul> <p>навыками оценки экономических и социальных условий их осуществления</p>                                           |
| ПК-26 | <p>владение навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций</p> <p>1 этап</p> | <p><i>1. Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность маркетинга территорий, его цели, задачи, основные понятия, концепции, принципы и функции;</li> <li>- субъекты территориального маркетинга;</li> <li>- элементы комплекса маркетинга территорий;</li> <li>- маркетинговую среду территории;</li> <li>- виды, источники и методы получения маркетинговой информации;</li> <li>- особенности поведения потребителей ресурсов и общественных благ территории.</li> </ul> <p><i>2. Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сегментировать территориальные рынки, осуществлять позиционирование и дифференциацию территорий;</li> <li>- составлять анкеты и проводить маркетинговые исследования;</li> <li>- разрабатывать товарные, ценовые и коммуникативные стратегии в разрезе объектов территориального маркетинга;</li> <li>- использовать маркетинговый инструментарий в сфере маркетинга территорий.</li> </ul> |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p><b>3. Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приемами и методами проведения маркетинговых исследований в сфере территориального маркетинга;</li> <li>- основными стратегиями маркетинга территорий;</li> <li>- основными методами формирования конкурентных преимуществ территории;</li> <li>- приемами и методами экономического анализа для оценки социально-экономического состояния территории.</li> </ul> |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВПО

Дисциплина относится к вариативной части блока Б1. «Дисциплины (модули)». Изучается в 4 семестре на 2 курсе при очной форме обучения и в зимней сессии на 2 курсе при заочной форме обучения.

Изучение дисциплины предполагает предварительное освоение следующих дисциплин учебного плана: «Экономическая теория», «Экономика, торговая политика и право ВТО», «Статистика», «Информационные технологии в управлении»

## 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Таблица 3.1. Распределение фонда времени по семестрам и видам занятий

| Вид учебных занятий                                    | Очное обучение | заочное обучение |
|--------------------------------------------------------|----------------|------------------|
|                                                        | 4 семестр      | 3 сессия         |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего) | 63             | 13               |
| в том числе:                                           |                |                  |
| лекции                                                 | 20             | 4                |
| практические занятия                                   | 42             | 8                |
| зачет, экзамен                                         | 1              | 1                |
| Самостоятельная работа обучающихся (всего)             | 45             | 91               |
| в том числе:                                           |                |                  |
| - работа с тестами и вопросами для самоподготовки      | 33             | 61               |
| - подготовка к зачету                                  | 12             | 30               |
| Контроль                                               |                | 4                |
| Общая трудоемкость                                     | 108            | 108              |
| час                                                    | 108            | 108              |
| зач. ед.                                               | 3              | 3                |

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО РАЗДЕЛАМ И ТЕМАМ С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Таблица 4.1. – Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

| № тем | Раздел дисциплины                                       | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость |        |                  |        |                  |        |                |        |
|-------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------|------------------|--------|------------------|--------|----------------|--------|
|       |                                                         | лекции                                                                       |        | практич. занятия |        | всего ауд. часов |        | самост. работа |        |
|       |                                                         | очно                                                                         | заочно | очно             | заочно | очно             | заочно | очно           | заочно |
| 1     | Теоретические основы маркетинга и его особенности в ГМУ | 2                                                                            | 2      | 6                | -      | 8                | 2      | 5              | 10     |
| 2     | Спрос в системе маркетинга                              | 2                                                                            | -      | 4                | 2      | 6                | 2      | 5              | 10     |
| 3     | Система маркетинговых исследований                      | 4                                                                            | -      | 6                | 2      | 10               | 2      | 10             | 21     |
| 4     | Товар и формирование товарной политики                  | 2                                                                            | -      | 6                | 2      | 8                | 2      | 5              | 10     |
| 5     | Ценообразование и ценовая политика                      | 2                                                                            | -      | 4                | -      | 6                | -      | 5              | 10     |
| 6     | Распределение товаров и товародвижение                  | 2                                                                            | -      | 4                | -      | 6                | -      | 5              | 10     |
| 7     | Система маркетинговых коммуникаций                      | 2                                                                            | 2      | 6                | -      | 8                | 2      | 5              | 10     |
| 8     | Управление маркетингом                                  | 4                                                                            | -      | 6                | 2      | 10               | 2      | 5              | 10     |
|       | Итого                                                   | 20                                                                           | 4      | 42               | 8      | 62               | 12     | 45             | 91     |

Таблица 4.2. - Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам

| №    | Содержание раздела (темы) дисциплины                                                  | Время, ак. час |        |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------|
|      |                                                                                       | очно           | заочно |
| 1    | Раздел 1. Теоретические основы маркетинга и его особенности в ГМУ                     |                |        |
|      | Лекционный курс                                                                       |                |        |
| 1.1. | Тема лекции 1: Теоретические основы маркетинга и его особенности в ГМУ                | 2              | 2      |
|      | Практические занятия                                                                  |                |        |
| 1.2  | Тема практического занятия 1: Теоретические основы маркетинга и его особенности в ГМУ | 6              | -      |
| 2.   | Раздел 2. Спрос в системе маркетинга                                                  |                |        |
| 2.1  | Тема лекции 2: Спрос в системе маркетинга                                             | 2              |        |
|      | Практические занятия                                                                  |                |        |
| 2.2  | Тема практического занятия 2: Спрос в системе маркетинга                              | 4              | 2      |
| 3.   | Раздел 3. Маркетинговая среда                                                         |                |        |
|      | Лекционный курс                                                                       |                |        |

|     |                                                                         |   |   |
|-----|-------------------------------------------------------------------------|---|---|
| 3.1 | Тема лекции 3: Система маркетинговых исследований                       | 4 | - |
|     | Практические занятия                                                    |   |   |
| 3.2 | Тема практического занятия 3: Система маркетинговых исследований        | 6 | 2 |
| 4.  | Раздел 4. Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований |   |   |
|     | Лекционный курс                                                         |   |   |
| 4.1 | Тема лекции 4: Товар и формирование товарной политики                   | 2 | - |
|     | Практические занятия                                                    |   |   |
| 4.2 | Тема практического занятия 4: Товар и формирование товарной политики    | 6 | 2 |
| 5.  | Раздел 5. Ценообразование и ценовая политика                            |   |   |
|     | Лекционный курс                                                         |   |   |
| 5.1 | Тема лекции 5: Ценообразование и ценовая политика                       | 2 | - |
|     | Практические занятия                                                    |   |   |
| 5.2 | Тема практического занятия 5: Ценообразование и ценовая политика        | 4 | - |
| 6.  | Раздел 6. Распределение товаров и товародвижение                        |   |   |
|     | Лекционный курс                                                         |   |   |
| 6.1 | Тема лекции 6: Распределение товаров и товародвижение                   | 2 | - |
|     | Практические занятия                                                    |   |   |
| 6.2 | Тема практического занятия 6: Распределение товаров и товародвижение    | 4 | - |
| 7.  | Раздел 7. Система маркетинговых коммуникаций                            |   |   |
|     | Лекционный курс                                                         |   |   |
| 7.1 | Тема лекции 7: Система маркетинговых коммуникаций                       | 2 | 2 |
|     | Практические занятия                                                    |   |   |
| 7.2 | Тема практического занятия 7: Система маркетинговых коммуникаций        | 6 | - |
| 8.  | Раздел 8. Функциональные стратегии маркетинга                           |   |   |
|     | Лекционный курс                                                         |   |   |
| 8.1 | Тема лекции 8: Управление маркетингом                                   | 4 | - |
|     | Практические занятия                                                    |   |   |
| 8.2 | Тема практического занятия 8: Управление маркетингом                    | 6 | 2 |

## 5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Сафиуллин Н.А. Методические указания для выполнения контрольной работы по дисциплине «Маркетинг» (уровень бакалавриата) для студентов очной и заочной формы обучения Института экономики, 2018.

## **6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине «Основы маркетинга» представлена в приложении 1.

## **7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### *Основная учебная литература:*

1. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Ю. В. Морозов. — 8-е изд. — Москва : Дашков и К, 2016. — 148 с. — ISBN 978-5-394-02156-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93309> (дата обращения: 12.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 292 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/653](http://www.dx.doi.org/10.12737/653). - ISBN 978-5-16-101915-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1069190> (дата обращения: 12.04.2020)
3. Маркетинг: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 3-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 223 с.: 70х100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-00402-9, 300 экз.

### *Дополнительная учебная литература:*

1. Маркетинг: Учебник/Наумов В.Н. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-010921-3, 200 экз.
2. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/10268. - ISBN 978-5-16-102412-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1073056> (дата обращения: 12.04.2020)
3. Маркетинг: Учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 336 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-003647-2
4. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/10268. - ISBN 978-5-16-102412-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1073056> (дата обращения: 12.04.2020)
5. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 337 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-103937-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1078335> (дата обращения: 12.04.2020)
6. Маркетинг : учебное пособие / составители О. Н. Бунчиков [и др.]. — Персиановский : Донской ГАУ, 2019. — 146 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/134362> (дата обращения: 12.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## **8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1. <https://www.youtube.com/watch?v=dTuffYPz5pA> — Маркетинг услуг. Заблуждения в маркетинге
2. [https://www.youtube.com/watch?v=04qtA4U\\_1A0](https://www.youtube.com/watch?v=04qtA4U_1A0) — Экология потребления
3. <https://www.youtube.com/watch?v=97crJmws7m0> — Мега-корпорация P&G. Экологическая программа
4. <https://www.youtube.com/watch?v=BoIDiKMMUO0> — Агрохолдинг «Степь»
5. [https://www.youtube.com/watch?v=rTBYOCT\\_NZA](https://www.youtube.com/watch?v=rTBYOCT_NZA) — Об антимонопольной политике – Вадим Новиков
6. <https://www.youtube.com/watch?v=4oaF4nhjxlU> — Фермерское хозяйство.
7. <https://www.youtube.com/watch?v=H2b5eHaJpkk> — Как повысить уровень лояльности?
8. <https://www.youtube.com/watch?v=sU1dGcNTPwk> — Магазины США отказываются продавать вещи Иванки Трамп
9. <https://www.youtube.com/watch?v=w680qkY6t38> — Маркетинг услуг. Как правильно позиционировать бизнес?
10. <https://www.youtube.com/watch?v=erF8dQgZCa8> — Наука продавать
11. <https://www.youtube.com/watch?v=iM-M6fIVZpM> — Анализ конкурентов.
12. <https://www.youtube.com/watch?v=nvy0EnDaf0c> — «Умные» технологии в современном мире
13. <https://www.youtube.com/watch?v=Hoc8-SRDcuE> — Производство аммиака и удобрений.
14. <https://www.youtube.com/watch?v=8hcRJCkKaNo> — Почему кофейная шелуха стала стоить дороже кофе?
15. [https://www.youtube.com/watch?v=U1VRIWb\\_WHI](https://www.youtube.com/watch?v=U1VRIWb_WHI) — Изобретения, которые не обогатили своих создателей
16. <https://www.youtube.com/watch?v=XUCi8A8WM4k> — Упаковка из гофрокартона
17. <https://www.youtube.com/watch?v=AlwAB6DSCHA> — Благовещенские производители стараются держать цены
18. [https://www.youtube.com/watch?v=8sJD\\_x3ynME](https://www.youtube.com/watch?v=8sJD_x3ynME) — Иркутская область заморозила цены на продукты повседневного спроса
19. <https://www.youtube.com/watch?v=sovm4028gs0> — Ценообразование. Виды цен
20. <https://www.youtube.com/watch?v=qHuQtrbV6Nw> — Приобретение франшизы. Преимущества для франчайзи.

## **9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Основными видами учебных занятий для студентов по данному курсу учебной дисциплины являются: лекции, практические, семинарские занятия и самостоятельная работа студентов.

В лекциях излагаются основные теоретические сведения, составляющие научную концепцию курса. Для успешного освоения лекционного материала рекомендуется:

- после прослушивания лекции прочитать её в тот же день;
- выделить маркерами основные положения лекции;

- структурировать лекционный материал с помощью помет на полях в соответствии с примерными вопросами для подготовки.

В процессе лекционного занятия студент должен выделять важные моменты, выводы, основные положения, выделять ключевые слова, термины. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удаётся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на занятии. Студенту рекомендуется во время лекции участвовать в обсуждении проблемных вопросов, высказывать и аргументировать своё мнение. Это способствует лучшему усвоению материала лекции и облегчает запоминание отдельных выводов. Прослушанный материал лекции студент должен проработать. От того, насколько эффективно это будет сделано, зависит и прочность усвоения знаний. Рекомендуется перечитать текст лекции, выявить основные моменты в каждом вопросе, затем ознакомиться с изложением соответствующей темы в учебниках, проанализировать дополнительную учебно-методическую и научную литературу по теме, расширив и углубив свои знания. В процессе рекомендуется выписывать из изученной литературы и подбирать свои примеры к изложенным на лекции положениям.

При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется следующий порядок действий:

1. Изучить план семинарского занятия и проанализировать поставленные теоретические вопросы, определить объем теоретического материала, который необходимо усвоить.

2. Изучить относящиеся к данной теме источники и литературу библиотеки университета, других библиотек города, а также при необходимости провести поиск в сети Интернет.

3. Изучить лекционный материал, относящийся к теме семинарского занятия.

4. Сделать краткий конспект и заметки при изучении литературных источников.

5. После изучения теоретического материала студентом проводится семинарское занятие.

Самостоятельная работа студентов является составной частью их учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков, поиск и приобретение новых знаний. Самостоятельная работа обучающихся регламентируется Положением об организации самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа студентов включает в себя освоение теоретического материала на основе лекций, основной и дополнительной литературы; подготовку к семинарским занятиям в индивидуальном и групповом режиме. Советы по самостоятельной работе с точки зрения использования литературы, времени, глубины проработки темы и др., а также контроль за деятельностью студента осуществляется во время занятий.

Целью преподавателя является стимулирование самостоятельного, углублённого изучения материала курса, хорошо структурированное, последовательное изложение теории на лекциях, отработка навыков решения задач и системного анализа ситуаций на семинарских занятиях, контроль знаний студентов.

При подготовке к семинарским занятиям и выполнении контрольных заданий студентам следует использовать литературу из приведенного в данной программе списка, а также руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя.

Перед каждым семинарским занятием студент изучает план занятия с перечнем вопросов, списком литературы и домашним заданием по вынесенному на занятие материалу.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к занятию и выполнению домашних заданий:

- проработать конспект лекций;
- проанализировать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу (модулю);
- решить заданные домашние задания;
- при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

В конце каждого практического занятия студенты получают «домашнее задание» для закрепления пройденного материала. Домашние задания необходимо выполнять к каждому занятию. Сложные вопросы можно вынести на обсуждение на занятии или на индивидуальные консультации.

*Перечень методических указаний по дисциплине:*

Сафиуллин Н.А. Методические указания для выполнения контрольной работы по дисциплине «Маркетинг» по направлению подготовки 38.03.04. «Государственное и муниципальное управление» (уровень бакалавриата) для студентов заочной формы обучения, 2018.

**10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)**

| Форма проведения занятия | Используемые информационные технологии                                    | Перечень информационных справочных систем (при необходимости)    | Перечень программного обеспечения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекции                   | Мультимедийные технологии в сочетании с технологией проблемного изложения | Гарант-аэро (информационно-правовое обеспечение), сетевая версия | 1. Операционная система Microsoft Windows 7 Enterprise<br>2. Офисное ПО из состава пакета Microsoft Office Standard 2016<br>3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса<br>4. «Антиплагиат. ВУЗ». ЗАО «Анти-Плагиат»<br>5. Гарант-аэро (информационно-правовое обеспечение) (сетевая версия).<br>6. 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.3 (сетевая версия).<br>7. LMS Moodle (модульная объектно-ориентированная динамическая среда обучения). Software free |
| Практические занятия     |                                                                           |                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Самостоятельная работа   |                                                                           |                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|  |  |  |                              |
|--|--|--|------------------------------|
|  |  |  | General Public License(GPL). |
|--|--|--|------------------------------|

**11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекции                 | <p>№39 Лекционная аудитория с мультимедийным оборудованием 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К. Маркса, д.65<br/>         Специализированная мебель: набор учебной мебели на 70 посадочных мест; доска – 2 шт., кафедра-1 шт., стол для ноутбука- 1 шт.<br/>         Учебно-наглядные пособия: настенные плакаты «Гуманитарные науки» – 14 шт.<br/>         Ноутбук ASUS K50C, мультимедиа проектор EPSON – 1 шт., экран ScreenMedia -1 шт.; доска, трибуна, стол и стул для преподавателя, столы и стулья для студентов</p>                         |
| Практические занятия   | <p>№46 Аудитория для практических и семинарских занятий 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К. Маркса, д.65<br/>         Специализированная мебель: набор учебной мебели на 48 посадочных мест; доска меловая – 1 шт.; трибуна – 1 шт<br/>         Учебно-наглядные пособия – по государственно-муниципальному управлению – 8 шт.</p>                                                                                                                                                                                                                  |
| Самостоятельная работа | <p>№ 18 Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы, текущего контроля и промежуточной аттестации.<br/>         420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К. Маркса, д.65<br/>         Специализированная мебель: Компьютеры - процессор IntelCeleron E3200 2,4, ОЗУ1 gb, HDD 160gb,-14 шт., Мониторы 19*LG – 14 шт., Ионизатор- 2 шт., ХАБ Dlink 24порта; Принтер HP LG м 1005 – 1 шт., стол для преподавателя – 1 шт., стул для преподавателя- 1 шт., столы для студентов- 14 шт., стулья для студентов- 14шт., шкаф-1 шт., зеркало-1 шт.</p> |
|                        | <p>№ 20 Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы, текущего контроля и промежуточной аттестации.<br/>         420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К. Маркса, д.65<br/>         Специализированная мебель: Компьютеры - процессор IntelCeleron, ОЗУ 500mb, HDD 80gb – 29 шт., Мониторы 17*Dell – 7 шт., Мониторы 17* Asus – 20 шт., Ионизатор – 2 шт., доска-1шт., столы для преподавателей- 4шт.,стулья для преподавателей -4 шт., столы для студентов- 28 шт., стулья для студентов- 28 шт., скамейка-1 шт., кондиционер-1шт.</p>      |
|                        | <p>№ 41 Компьютерный класс для самостоятельной работы.<br/>         420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К. Маркса, д.65<br/>         Специализированная мебель: Компьютеры – процессор IntelCeleron, ОЗУ 500mb, HDD 80gb – 18 шт., Мониторы 18 шт., Ионизатор – 2 шт., столы и стулья для студентов, набор учебной мебели на 26 посадочных мест, стол и стул для преподавателя – 1 шт.</p>                                                                                                                                                             |