

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Пекаревский Борис Владимирович  
Должность: Проректор по учебной и методической работе  
Дата подписания: 03.08.2021 16:25:39  
Уникальный программный ключ:  
3b89716a1076b80b2c167df0f27c09d01782ba84



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный технологический институт  
(технический университет)»  
(СПбГТИ(ТУ))

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной  
и методической работе  
\_\_\_\_\_ Б.В.Пекаревский  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

**Рабочая программа учебной дисциплины  
ОП.15 «Основы маркетинга»**

**Специальность**

38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

**Квалификация выпускника**

Бухгалтер

**Уровень профессионального образования**

Среднее профессиональное образование

**Форма обучения Заочная**

Факультет **Экономики и менеджмента**  
Центр среднего профессионального образования

Санкт-Петербург  
2021

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта (далее - ФГОС) среднего профессионального образования (далее СПО) и с учетом соответствующей примерной основной образовательной программы по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

Программу составили:

доцент, к. э. н., доцент кафедры  
бизнес-информатики

\_\_\_\_\_ А.И. Москвичева

доцент, к. э. н., доцент кафедры  
менеджмента и маркетинга

\_\_\_\_\_ Н.В. Розумная

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и одобрена на заседании цикловой методической комиссии общепрофессионального цикла дисциплин,  
протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_

Председатель цикловой методической комиссии  
общепрофессионального цикла дисциплин,  
доцент, к. э. н., заведующий кафедрой  
менеджмента и маркетинга

\_\_\_\_\_ Л.С. Гогуа

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета экономики и менеджмента		А.П. Табурчак
Директор Центра СПО		А.Ю. Постнов

## СОДЕРЖАНИЕ

1	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА».....	4
1.1	Место дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	4
1.2	Цели и планируемые результаты освоения дисциплины .....	4
1.3	Использование часов вариативной части ОП.....	6
1.4	Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:.....	6
2	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
2.1	Объем учебной дисциплины и виды учебной работы .....	7
2.2	Тематический план и содержание учебной дисциплины «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА» 8	
2.2.1	Тематический план и содержание лекционных и практических занятий.....	8
2.2.2	Тематический план и содержание самостоятельной работы .....	12
3	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	16
3.1	Требования к материально-техническому обеспечению .....	16
3.2	Информационное обеспечение реализации программы.....	19
4	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	22

Приложение А      *Фонд оценочных средств по учебной дисциплине ОП.15 «Основы маркетинга»*

Приложение Б      *Методические материалы по учебной дисциплине ОП.15 «Основы маркетинга»*

# 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

## 1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОП.15 «Основы маркетинга» является частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)», квалификация «бухгалтер».

Учебная дисциплина ОП.15 «Основы маркетинга» входит в общепрофессиональный цикл вариативной части ППССЗ и изучается на 2 курсе в 3 семестре.

В методическом плане дисциплина опирается на элементы компетенций, сформированные при изучении дисциплин «Экономика организации», «Экономическая теория», «Финансы, денежное обращение и кредит».

Полученные в процессе изучения дисциплины знания и умения могут быть использованы при изучении профессиональных модулей: ПМ.04, ПМ.05, а также при прохождении преддипломной практики и государственной итоговой аттестации.

## 1.2 Цели и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания следующих общих и профессиональных компетенций:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
<b>ОК 01</b> Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
<b>ОК 02</b> Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для	определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;	номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования

выполнения задач профессиональной деятельности	выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска	информации; формат оформления результатов поиска информации
<b>ОК 04</b> Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности
<b>ОК 05</b> Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений.
<b>ОК 09</b> Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности	применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение	современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности
<b>ПК 4.4</b> Проводить контроль и анализ информации об активах и финансовом положении организации, ее платежеспособности и доходности	применять методы внутреннего контроля (интервью, пересчет, обследование, аналитические процедуры, выборка); выявлять и оценивать риски объекта внутреннего контроля и риски собственных ошибок; оценивать соответствие производимых хозяйственных операций и эффективность использования активов правовой и нормативной базе;	методы финансового анализа; виды и приемы финансового анализа; процедуры анализа бухгалтерского баланса: порядок общей оценки структуры активов и источников их формирования по показателям баланса; порядок определения результатов общей оценки структуры активов и их источников по показателям баланса; процедуры анализа ликвидности бухгалтерского баланса; порядок расчета финансовых коэффициентов для оценки

		платежеспособности; состав критериев оценки несостоятельности (банкротства) организации; процедуры анализа показателей финансовой устойчивости; процедуры анализа отчета о финансовых результатах;
--	--	--

### **1.3 Использование часов вариативной части ОП**

Учебная дисциплина «Основы маркетинга» в полном объеме относится к вариативной части образовательной программы. Максимальная учебная нагрузка по учебной дисциплине «Основы маркетинга» составляет 42 часа.

### **1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 42 часа, в том числе:

- с преподавателем - 8 часов;
- самостоятельная работа - 32 часа;
- промежуточная аттестация – 2 часа.

## 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
Учебная нагрузка (всего)	42
С преподавателем (всего)	8
в том числе:	
теоретические занятия	4
лабораторные занятия	-
практические занятия	2
консультации	2
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	32
<b>Промежуточная аттестация</b>	2
<b>Экзамен (3 семестр)</b>	

## 2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

### 2.2.1 Тематический план и содержание лекционных и практических занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>Раздел 1 Маркетинг, организация и общество. Маркетинговая среда и конкуренция</b>			
	<b>Содержание учебного материала</b>		
<b>Тема 1.1</b> <i>Введение в маркетинг.</i> <b>Тема 1.2</b> <i>Понятие и составляющие маркетинговой среды (макро- и микросреда)</i> <b>Тема 1.3</b> <i>Конкуренция и конкурентная среда</i>	<b>Теоретические занятия</b> <b>Тема 1.1</b> Понятие маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Функции маркетинга. Условия появления и развития маркетинга. <b>Тема 1.2</b> Внешняя макросреда маркетинга. Цели, задачи и методы анализа макросреды. Составляющие микросреды маркетинга. Взаимодействие микросреды с макросредой. Факторы, определяющие микросреду. Внутренняя среда организации. <b>Тема 1.3</b> Общая характеристика рынка. Виды рыночных структур. Понятие и значение конкуренции в маркетинге.	<b>1</b>	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05; ОК 09; ПК 4.4
Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию

			которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>Раздел 2 Поведение потребителей на рынках B2C и B2B</b>			
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	<b>Теоретические занятия</b> <b>Тема 1.4</b> Значение поведения потребителей в маркетинге. Основные типы потребителей. Модель принятия решения о покупке. <b>Тема 1.5</b> Стратегии достижения целевых рынков. Критерии сегментации потребительских рынков. Позиционирование. Атрибуты и виды позиционирования.	1	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05; ОК 09; ПК 4.4
<b>Тема 1.4</b> <i>Покупательское поведение потребителей</i> <b>Тема 1.5</b> <i>Целевой маркетинг.</i> <i>Сегментирование.</i> <i>Позиционирование</i>			
<b>Наименование разделов и тем</b>	<b>Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся</b>	<b>Объем в часах</b>	<b>Коды компетенций, формированию которых способствует</b>

			элемент программы
1	2	3	4
<b>Раздел 3 Комплекс маркетинга организации</b>			
<b>Тема 1.6</b> <i>Понятие и элементы комплекса маркетинга</i> <b>Тема 1.7</b> <i>Товар и товарная политика.</i> <i>Конкурентоспособность товара</i> <b>Тема 1.8</b> <i>Цена и ценовая политика</i>	<b>Содержание учебного материала</b>		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05; ОК 09; ПК 4.4
	<b>Теоретические занятия</b> <b>Тема 1.6</b> Понятие и элементы комплекса маркетинга. Продукт (product), Цена (price), Место продажи (place), Продвижение (promotion) как элементы комплекса маркетинга <b>Тема 1.7</b> Понятие товара и товарной политики. Понятие жизненного цикла товара. Понятие конкурентоспособности товара. <b>Тема 1.8</b> Понятие цены. Цели и задачи ценовой политики. Ценовые стратегии и их реализация	1	
<b>Наименование разделов и тем</b>	<b>Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся</b>	<b>Объем в часах</b>	<b>Коды компетенций, формированию которых способствует</b>

			элемент программы
1	2	3	4
<b>Раздел 4 Маркетинг взаимоотношений. Некоммерческий маркетинг</b>			
<b>Тема 1.9</b> <i>Маркетинг взаимоотношений. Некоммерческий маркетинг</i>	<b>Содержание учебного материала</b> <b>Тема 1.9</b> <b>Теоретические занятия</b> Принципы маркетинга взаимодействия. Сущность и задачи некоммерческого маркетинга. Основные составляющие комплекса маркетинга (4Р маркетинга) в некоммерческой сфере.	<b>1</b>	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05; ОК 09; ПК 4.4
<b>Раздел 2 Поведение потребителей на рынках В2С и В2В</b> / <b>Раздел 3 Комплекс маркетинга организации</b>	<b>Практические занятия</b> <b>Тема 1.4</b> Практическая работа «Воздействие на покупательское поведение различных по психотипу потребителей» <b>Практические занятия</b> <b>Тема 1.7</b> Практическая работа ««Оценка конкурентоспособности товара»»	<b>1</b>  <b>1</b>	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05; ОК 09; ПК 4.4
	<b>Консультации</b>	<b>2</b>	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05; ОК 09; ПК 4.4
	<b>Итого лекций</b>	<b>4</b>	
	<b>Итого практических занятий</b>	<b>2</b>	
	<b>Консультации</b>	<b>2</b>	
	<b>Всего с преподавателем</b>	<b>8</b>	

## 2.2.2 Тематический план и содержание самостоятельной работы

Наименование разделов и тем	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
<b>Раздел 1 Маркетинг, организация и общество. Маркетинговая среда и конкуренция</b>		<b>10</b>	
<b>Тема 1.1</b> <i>Введение в маркетинг.</i>	Эволюция концепций маркетинга (производственная, товарная, сбытовая, рыночная, социально-этического маркетинга, маркетинг взаимодействия). Понятие и виды спроса. Факторы и закономерности спроса. Взаимосвязь цены и спроса. Матрица потребностей.	3	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05; ОК 09; ПК 4.4
<b>Тема 1.2</b> <i>Понятие и составляющие маркетинговой среды (макро- и микросреда)</i>	Факторы макроокружения. Методы анализа макросреды. PEST-анализ. Методы анализа микросреды. Анализ 5-ти конкурентных сил по М. Портеру	3	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05; ОК 09; ПК 4.4
<b>Тема 1.3</b> <i>Конкуренция и конкурентная среда</i>	Рынок и основные рыночные показатели в маркетинге. Содержание и основное назначение рыночных показателей: емкость рынка; доля рынка. Рыночный потенциал. Методы определения емкости рынка. Индекс концентрации. Индекс Херфиндаля-Хиршмана. Барьеры входа в отрасль, виды барьеров входа Факторы конкурентоспособности организации. Понятие ключевых факторов успеха в отрасли. Базовые стратегии конкуренции по М. Портеру.	4	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05; ОК 09; ПК 4.4
<b>Раздел 2 Поведение потребителей на рынках B2C и B2B</b>		<b>8</b>	
<b>Тема 1.4</b> <i>Покупательское поведение потребителей</i>	Мотивы и модели поведения потребителей. Потребительские ценности. Методы воздействия на потребителей. Особенности покупочных решений социальных классов. Референтные группы и групповые коммуникации, влияющие на поведение потребителей. Использование жизненного цикла семьи при изучении поведения	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05; ОК 09; ПК 4.4

Наименование разделов и тем	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
	<p>потребителей. Жизненный стиль и ресурсы потребителей.  Деловой рынок: понятие, основные элементы и участники, особенности спроса. Основные B2B и B2G рынки.  Особенности делового покупательского поведения.  Выполнение практических работ</p>	2	
<p><b>Тема 1.5</b>  <i>Целевой маркетинг.  Сегментирование.  Позиционирование</i></p>	<p>Критерии сегментации потребительских рынков: психографические, демографические, географические, поведенческие.  Критерии сегментации бизнес-рынков. Этапы сегментации.  Принципы и методы сегментирования.  Стратегии охвата рынка. Массовый (недифференцированный) маркетинг.  Дифференцированный маркетинг.  Концентрированный маркетинг.  Позиционирование. Атрибуты и виды позиционирования. Стратегии и ошибки позиционирования. Карта восприятия.</p>	4	<p>ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05;  ОК 09;  ПК 4.4</p>
<b>Раздел 3 Комплекс маркетинга организации</b>		<b>10</b>	
<p><b>Тема 1.6</b>  <i>Понятие и элементы комплекса маркетинга</i></p>	<p>Теория 4Р (комплекса маркетинга) и её основоположники.  Новые теории на основе концепции 4Р. Комплекс маркетинга 5, 6, 7 "Р".  Люди (people) как элемент комплекса маркетинга. Процесс (process) как элемент комплекса маркетинга.  Физическое окружение (physical evidence) как элемент комплекса маркетинга. Взаимосвязь элементов комплекса маркетинга  Сбытовая (распределительная) политика. Розничная и оптовая торговля. Каналы распределения товаров и услуг. Уровни каналов сбыта. Принципиальные отличия каналов сбыта услуг. Виды посредников. Современные каналы сбыта. Понятие делового партнерства. Эффективность каналов сбыта.  Средства маркетинговых коммуникаций. Реклама, связи с общественностью, стимулирование</p>	4	<p>ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05;  ОК 09;  ПК 4.4</p>



Наименование разделов и тем	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
	некоммерческого маркетинга. Маркетинг территорий. Брендинг территорий.		
<b>ВСЕГО:</b>		<b>32</b>	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05; ОК 09; ПК 4.4

### **3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1 Требования к материально-техническому обеспечению**

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, лаборатории, оснащенные оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации.

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Библиотечный фонд образовательной организации укомплектован печатными изданиями и (или) электронными изданиями по каждой дисциплине (модулю) из расчета одно печатное издание и (или) электронное издание по каждой дисциплине (модулю) на одного обучающегося.

В качестве основной литературы образовательная организация использует учебники, учебные пособия, предусмотренные ПООП.

Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда, профессиональные базы данных и информационно-справочные системы обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся.

Обучающиеся инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами, адаптированными к ограничениям их здоровья.

Образовательная программа обеспечивается учебно-методической документацией по всем учебным дисциплинам (модулям).

Рекомендации по иному материально-техническому и учебно-методическому обеспечению реализации образовательной программы определяются ПООП.

Образовательная организация, реализующая программу по специальности «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)», располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам в разрезе выбранных траекторий.

Для проведения учебных занятий используется межкафедральная лаборатория «экономической информатики», состоящая из 5 больших компьютерных классов, или лаборатория «информационных технологий», включающая 3 учебные лаборатории с 30 рабочими местами в каждой, для самостоятельной работы студентов предусмотрены на факультете 1 компьютерный зал, а также в библиотеке - читальные залы с выходом в сеть интернет.

Каждая учебная аудитория на факультете экономики и менеджмента оборудована мультимедийным комплексом, состоящим из компьютера, проектора, экрана. Общее число компьютеров составляет 185 машин.

Все компьютеры объединены во внутреннюю сеть под управлением двух серверов, а также имеют выход в Интернет.

Компьютеры имеют оснащение наушниками и микрофонами для выполнения творческих заданий. Для выполнения заданий студенты используют пакет программ MicrosoftOffice, правовую системы Гарант, «КонсультантПлюс».

Для обеспечения оперативного информирования и обеспечения необходимой учебной и методической информацией создан интернет портал – gtifem.ru. В рамках данного проекта реализована возможность социальной коммуникации между студентами и преподавателями, организован доступ к учебной литературе, к обсуждению и реализации разного рода проектов не только в рамках учебного процесса, но и в социально-общественной жизни студентов.

Кабинет «Социально-экономических дисциплин» (аудитория №6382)

(учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)

Основное оборудование: проектор; экран ScreenMedia MW 180x180 настенный подпружиненный; персональный компьютер; сетевое оборудование для выхода в Интернет; колонки акустические (1 комплект); лицензионное программное обеспечение. Специализированная мебель: доска аудиторная, столы, скамейки. Вместимость аудитории – 70 посадочных места. Учебно-наглядные пособия, комплект учебно-методической документации.

Программное обеспечение:

1) Операционная система Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open 1 License

2) Офисный пакет MS Office Professional Plus 2010 Russian, Office 2010 Suites and Apps, Upgrade Academic Open 1 License

Лицензия по гос/контракту MS Open License №47869536, авторизационный номер лицензиата 67347701ZZE1209 от 24.12.2010, тип лицензии Academic.

3) Клиент-серверная некоммерческая версия правовой информационной системы «Консультант Плюс»

Договор об информационной поддержке от 01.01.2009

4) Клиент-серверная некоммерческая версия системы информационно- правового обеспечения «Гарант»

Договор №УЗ-14/12 о взаимном сотрудничестве от 28 августа 2012 года

190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е, помещение 42-н, №1, 2 (третий этаж)

Учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации №6245

Основное оборудование:

проектор Acer; экран ScreenMedia MW 180x180 настенный подпружиненный; персональные компьютеры; сетевое оборудование для выхода в Интернет; колонки акустические (1 комплект); лицензионное программное обеспечение. Специализированная мебель: доска аудиторная, столы, скамейки. Вместимость аудитории – 80 посадочных места. Учебно-наглядные пособия, комплект учебно-методической документации.

Программное обеспечение:

1) Операционная система Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open 1 License

2) Офисный пакет MS Office Professional Plus 2010 Russian, Office 2010 Suites and Apps, Upgrade Academic Open 1 License

Лицензия по гос/контракту MS Open License №47869536, авторизационный номер лицензиата 67347701ZZE1209 от 24.12.2010, тип лицензии Academic.

3) Клиент-серверная некоммерческая версия правовой информационной системы «Консультант Плюс»

Договор об информационной поддержке от 01.01.2009

4) Клиент-серверная некоммерческая версия системы информационно- правового обеспечения «Гарант»

Договор №УЗ-14/12 о взаимном сотрудничестве от 28 августа 2012 года

190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е, помещения 39-н, №13, 14 (второй этаж)

Учебная лаборатория «Информационных технологий в профессиональной деятельности» (аудитория №6376)

(учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)

Основное оборудование:

мультимедийное оборудование (проектор Epson; экран ScreenMedia MW 180x180 настенный подпружиненный); персональные компьютеры; сетевое оборудование для выхода в Интернет каждого компьютера в кабинете; колонки акустические (1 комплект); лицензионное системное программное обеспечение. Специализированная мебель: столы, скамейки, доска аудиторная переносная. Вместимость аудитории – 30 посадочных мест. Учебно-наглядные пособия, комплект учебно-методической документации.

Программное обеспечение:

1) Операционная система Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open 1 License

2) Офисный пакет MS Office Professional Plus 2010 Russian, Office 2010 Suites and Apps, Upgrade Academic Open 1 License

Лицензия по гос/контракту MS Open License №47869536, авторизационный номер лицензиата 67347701ZZE1209 от 24.12.2010, тип лицензии Academic.

3) Клиент-серверная некоммерческая версия правовой информационной системы «Консультант Плюс»

Договор об информационной поддержке от 01.01.2009

4) Клиент-серверная некоммерческая версия системы информационно- правового обеспечения «Гарант»

Договор №УЗ-14/12 о взаимном сотрудничестве от 28 августа 2012 года

190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е, помещение 41-н, №11, 12, 13 (третий этаж)

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (аудитория №6112)

Основное оборудование:

проектор Epson; сканер, экран ScreenMedia MW 180x180 настенный подпружиненный; персональные компьютеры; сетевое оборудование для выхода в Интернет; колонки акустические, лицензионное системное программное обеспечение. Специализированная мебель: столы, скамейки. Вместимость аудитории – 32 посадочных места.

Программное обеспечение:

1) Операционная система Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open 1 License

2) Офисный пакет MS Office Professional Plus 2010 Russian, Office 2010 Suites and Apps, Upgrade Academic Open 1 License

Лицензия по гос/контракту MS Open License №47869536, авторизационный номер лицензиата 67347701ZZE1209 от 24.12.2010, тип лицензии Academic.

3) Клиент-серверная некоммерческая версия правовой информационной системы «Консультант Плюс»

Договор об информационной поддержке от 01.01.2009

4) Клиент-серверная некоммерческая версия системы информационно- правового обеспечения «Гарант»

Договор №УЗ-14/12 о взаимном сотрудничестве от 28 августа 2012 года) «1С:Предприятие 8», Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Лицензионный договор №51062 от 26.12.2011, сублицензионный договор № СЛД/СИТ-01343 от 20.03.2014 г.,

Договор о сотрудничестве от 08/04/2014, регистрационная карточка, клиентская лицензия №8000671748

190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е, помещение 35-н, №3 (первый этаж)

Библиотека; читальный зал с выходом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации

Основное оборудование:

персональные компьютеры; сетевое оборудование для выхода в Интернет; лицензионное системное программное обеспечение. Специализированная мебель: столы, скамейки. Вместимость – 30 посадочных мест.

Программное обеспечение:

1) Операционная система Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open 1 License

2) Офисный пакет MS Office Professional Plus 2010 Russian, Office 2010 Suites and Apps, Upgrade Academic Open 1 License

Лицензия по гос/контракту MS Open License №47869536, авторизационный номер лицензиата 67347701ZZE1209 от 24.12.2010, тип лицензии Academic.

3) Клиент-серверная некоммерческая версия правовой информационной системы «Консультант Плюс»

Договор об информационной поддержке от 01.01.2009

4) Клиент-серверная некоммерческая версия системы информационно- правового обеспечения «Гарант»

190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Я, помещение 6-н, №3 (шестой этаж)

### **3.2 Информационное обеспечение реализации программы**

#### **Основная литература:**

1. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для СПО / С. В. Карпова ; под общ. ред. С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. \

2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8980-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

3. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

4. Михалева, Е. П. Маркетинг : учеб. пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 213 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Текст : электронный //

ЭБС Юрайт [сайт].

**Дополнительная литература:**

1. Основы маркетинга. Практикум : учеб. пособие для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 325 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

Учебный план, РПД и учебно-методические материалы: <http://technolog.edu.ru>

**Электронно-библиотечные системы**

1. Электронная библиотека СПБГТИ(ТУ) (на базе ЭБС «БиблиоТех»)

Принадлежность – собственная СПБГТИ(ТУ).

Адрес сайта – <http://bibl.lti-gti.ru/>

2. Электронная библиотечная система «Юрайт» <https://biblio-online.ru>

Принадлежность – сторонняя.

3. E-library.ru – научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru>

Принадлежность – сторонняя.

Подписка СПБГТИ (ТУ) ФЭМ содержит 7 журналов:

Журнал «Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика»

Журнал «Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова»

Журнал «Вопросы экономики»

Журнал «Вопросы экономических наук»

Журнал « Российский журнал менеджмента»

Журнал « Креативная экономика»

Журнал «Управление риском»

Журнал «Экономический вектор» ( издается ФЭМ СПБГТИ(ТУ))

**Профессиональные базы данных**

1. ПБД ФЭМ Принадлежность –собственная СПБГТИ (ТУ)

Адрес сайта [https://gtifem.ru/umr/biblioteka-faylov/?sphrase\\_id=97#s15](https://gtifem.ru/umr/biblioteka-faylov/?sphrase_id=97#s15)

2. Профессиональная информационная система ИТС ПРОФ 1С- обновляемый ресурс, содержащий свыше 1000000 документов, разъяснений и примеров.

<http://www.1c.ru/news/info.jsp?id=773>

Принадлежность - сторонняя.

**Информационные справочные системы**

1.Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант».

Принадлежность – сторонняя

[www.garant.ru](http://www.garant.ru)

2.Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс» - [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

Принадлежность – сторонняя

**Рекомендуемые интернет-ресурсы**

1. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" - <http://window.edu.ru/>;

2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru> ;

3. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru> .
4. Российская национальная библиотека-[www.nlr.ru](http://www.nlr.ru)
5. Российская государственная библиотека.-[www.rsl.ru](http://www.rsl.ru)
6. Агентство деловых новостей «Аргументы и факты». -[www.aif.ru](http://www.aif.ru)
7. Агентство деловой информации «Бизнес-карта».- [www.biznes-karta.ru](http://www.biznes-karta.ru)
8. Агентство финансовых новостей «Блумберг».- [www.bloomberg.com](http://www.bloomberg.com)
9. Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг». -[www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)
10. [www.businesslearning.ru](http://www.businesslearning.ru) Система дистанционного бизнес-образования.

#### **Лицензионное программное обеспечение**

Microsoft Office 2010 (Microsoft Word, Microsoft Power Point, Microsoft Excel)

#### **4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Текущий контроль освоения учебной дисциплины и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения устных опросов, выполнения практических работ.

Оценка результатов освоения учебной дисциплины проводится в рамках промежуточной аттестации.

Текущий контроль и промежуточная аттестация осуществляется при использовании Фонда оценочных средств (ФОС), представленного в приложении А.