

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Пекаревский Борис Владимирович
Должность: Проректор по учебной и методической работе
Дата подписания: 08.10.2021 14:15:49
Уникальный программный ключ:
3b89716a1076b80b2c167df0f27c09d01782ba84



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

**Рабочая программа модуля
УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ**

Направление подготовки
38.03.02 – МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность образовательной программы:
МАРКЕТИНГ

Уровень подготовки
Бакалавриат

Форма обучения
Очно-заочная

Факультет **Экономики и менеджмента**
Кафедра **Менеджмента и маркетинга**

Санкт-Петербург

2021

Оглавление

1.	Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	3
2.	Место модуля в структуре образовательной программы.....	9
3.	Объем модуля	9
4.	Содержание модуля	10
4.1.	Разделы модуля и виды занятий	10
4.2.	Занятия лекционного типа.....	11
4.3.	Занятия семинарского типа	14
4.3.1.	Семинары, практические занятия	14
4.3.2.	Лабораторные работы	19
4.4.	Самостоятельная работа обучающихся	24
4.5.	Курсовое проектирование	28
4.5.1.	Порядок выполнения курсовой работы	28
4.5.2.	Темы курсовой работы	29
5.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю.....	29
6.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации	30
7.	Перечень учебных изданий, необходимых для освоения модуля.....	31
8.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля	32
9.	Методические указания для обучающихся по освоению модуля	33
10.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю	34
10.1.	Информационные технологии	34
10.2.	Лицензионное программное обеспечение.	35
10.3.	Информационные справочные системы	35
11.	Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю	35
12.	Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья	36

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Соответствие профессиональных стандартов, обобщённых трудовых функций и трудовых функций профессиональной деятельности выпускника программ бакалавриата компетенциям ФГОС по направлению подготовки « МЕНЕДЖМЕНТ», направленность Маркетинг

Профессиональный стандарт	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции			Компетенция	
	код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации	наименование	код
21.003 <i>Специалист в области маркетинга детских товаров</i>	В	<i>Реализация стратегии продвижения детских товаров</i>	6	<i>Мониторинг уровня удовлетворенности продукцией целевых групп потребителей детских товаров Реализация мероприятий по стимулированию спроса основных категорий покупателей и потребителей (детей, родителей, членов семей и специалистов детских учреждений) и увеличению сбыта и рыночной доли организации, трейд-маркетинговых программ Маркетинговая поддержка продаж Продвижение детских товаров на целевые</i>	В/06.6	6	Способен к осуществлению коммуникаций с основными категориями покупателей и потребителей и формированию предложений по совершенствованию системы продвижения товаров (услуг) организации	ПК-5

				<i>рынки, включая международные</i>				
	С	<i>Осуществление внешних коммуникаций с основными категориями покупателей и потребителей детских товаров (детьми, родителями, членами семьи, представителями детских учреждений) и внутренних коммуникаций</i>	6	<i>Проведение коммуникационных кампаний (рекламных, мероприятий, конкурсов), соответствующих целевой возрастной и гендерной группе детей, с учетом культурных и социальных особенностей потребителей, а также этических принципов и законодательных норм информационной безопасности детей Подготовка и распространение маркетинговых обращений к потребителям с учетом возрастных особенностей восприятия информации и понимания коммерческих намерений детьми с целью формирования положительной мотивации Интеграция маркетинговых коммуникаций в детские коммуникативные среды (детские учреждения, специализированные детские</i>	<i>С/01.6</i>	6	<i>Способен к осуществлению коммуникаций с основными категориями покупателей и потребителей и формированию предложений по совершенствованию системы продвижения товаров (услуг) организации</i>	ПК-5

				<p><i>СМИ, детские интернет-сообщества, детские общественные организации)</i></p> <p><i>Анализ эффективности коммуникационных кампаний и получение обратной связи с целью актуализации потребностей и желаний потребителей с учетом возрастных потребностей и мотивационных, региональных и других особенностей целевой социально чувствительной аудитории</i></p> <p><i>Организация каналов коммуникаций и осуществление эффективных коммуникаций с детьми, родителями и специалистами, регулярно взаимодействующими с детьми</i></p>				
	С	<p><i>Реализация программ формирования лояльности основных категорий покупателей и потребителей (детей, родителей, членов семьи, представителей детских</i></p>	6	<p><i>Формирование клиентской базы и выделение взрослых и детских, персональных и институциональных клиентских групп</i></p> <p><i>Реализация программ поддержания лояльности всех групп покупателей и потребителей</i></p>	С/03.6	6	<p>Способен к осуществлению коммуникаций с основными категориями покупателей и потребителей и формированию предложений по совершенствованию системы</p>	ПК-5

		<i>учреждений)</i>		<p><i>детских товаров с учетом культурных и социальных особенностей потребителей, а также этических принципов и законодательных норм информационной безопасности детей</i></p> <p><i>Координация действий по формированию лояльности основных категорий покупателей и потребителей с маркетинговыми коммуникациями</i></p>			<p>продвижения товаров (услуг) организации</p>	
--	--	--------------------	--	--	--	--	--	--

В результате освоения образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по модулю:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора	Наименование Индикатора достижения компетенции	Дескрипторы
ПК-5	Способен к осуществлению коммуникаций с основными категориями покупателей и потребителей и формированию предложений по совершенствованию системы продвижения товаров (услуг) организации	ПК-5.1	Использует основные инструменты маркетинга для принятия решения о целесообразности осуществления коммуникации с потенциальными и реальными потребителями	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Понятие, процесс и структура маркетинговых коммуникаций; • Сущность стратегического планирования и понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций; • Сущность и принципы работы инструментов маркетинговых коммуникаций, модели коммуникационного воздействия на потребителей; • Понятие и методы реализации брендинга на предприятии, задачи и средства стимулирования сбыта; • Методы и способы оценки результативности маркетинговых коммуникаций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Определять роль, место маркетинговых коммуникаций в рыночной экономике, создавать уникальное торговое предложение различными средствами маркетинговых коммуникаций, а так же оптимизировать расходы как при выборе и реализации различных коммуникационных стратегий <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Практическими навыками внедрения основных принципов организации маркетинговых коммуникаций и каналов распределения в коммерческую деятельность для повышения покупательской активности потребителей
		ПК-5.2	Применяет методики контент-маркетинга для продвижения товаров и услуг организации в сети Интернет	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Схемы и инструменты функционирования контент-маркетинга; • Модели оплаты интернет-продвижения и оценки "полезных" действий потребителя на сайте; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Принимать обоснованные решения по использованию маркетинговых коммуникаций в сети Интернет

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора	Наименование Индикатора достижения компетенции	Дескрипторы
				<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Практическими навыками внедрения основных принципов организации маркетинговых коммуникаций и каналов распределения в коммерческую деятельность для повышения покупательской активности потребителей
		ПК-5.3	Использует основные принципы политики распределения при принятии управленческих решений о необходимости формирования каналов сбыта продукции	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Принципы и методы реализации политики распределения; • Виды стратегий распределения и методы оценки существующей системы распределения; • Понятие контроллинга в политике распределения организации, методы применения системы показателей контроллинга-сбыта. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Принимать решения по формированию стратегий маркетинговых каналов распределения, а так же осуществлять подготовку по выбору оптимального канала распределения и оценку целесообразности его применения <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Практическими навыками внедрения основных принципов организации маркетинговых коммуникаций и каналов распределения в коммерческую деятельность для повышения покупательской активности потребителей

2. Место модуля в структуре образовательной программы

Модуль относится к БЛОКУ 1(Б1.В.ДВ.01.01) и изучается на 4 курсах 10, 11 и 12триместрах.

3. Объем модуля

Вид учебной работы	Всего, академических часов
	Очно-заочная форма обучения
Общая трудоемкость модуля (зачетных единиц/ академических часов)	17/612
Контактная работа с преподавателем:	128
1. занятия лекционного типа	34
<i>1.1.занятия лекционного типа 10триместра</i>	8
<i>1.2.занятия лекционного типа 11 триместра</i>	14
<i>1.3.занятия лекционного типа 12 триместра</i>	12
2. занятия семинарского типа, в т.ч. <i>Курсовое проектирование</i>	76 18
2.1.семинары, практические занятия	36
<i>2.1.1. практические занятия 10 триместра</i>	14
<i>2.1.2. практические занятия 11триместра</i>	10
<i>2.1.3. практические занятия 12 триместра</i>	12
2.2.лабораторные работы	40
<i>2.2.1. лабораторные работы 10 триместра</i>	10
<i>2.2.2. лабораторные работы 11 триместра</i>	16
<i>2.2.3. лабораторные работы 12 триместра</i>	14
курсовое проектирование (КР или КП) <i>курсовая работа в 10 триместре</i> <i>курсовая работа в 11 триместре</i> <i>курсовая работа в 12 триместре</i>	КР18(4) 6 8(2) 4(2)
контроль	36
другие виды контактной работы	
Самостоятельная работа, в т.ч. <i>Курсовое проектирование</i>	448 90
<i>самостоятельная работа 10 триместра</i>	142
<i>самостоятельная работа 11 триместра</i>	204
<i>самостоятельная работа 12 триместра</i>	102

Вид учебной работы	Всего, академических часов
	Очно-заочная форма обучения
Форма текущего контроля (контроль разделов курсовой работы, выполнение индивидуального задания, выполнение лабораторного практикума, решение ситуационных задач, опрос, групповая дискуссия)	Работы по освоению компетенций
Форма промежуточной аттестации (КР, экзамен)	Итоговое тестирование, защита курсовой работы

4. Содержание модуля

4.1. Разделы модуля и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела модуля	Занятия лекционного типа, акад. часы	Занятия семинарского типа, академ. часы		Самостоятельная работа, акад. часы	Формируемые компетенции/ <i>индикаторы</i>
			Семинары и/или практические занятия	Лабораторные работы		
1.	Раздел 1. « Предпринимательская деятельность »	8	14	10	142	ПК-5/ ПК-5.1
2.	Раздел 2. « Управление продажами »	14	10	16	204	ПК-5/ ПК-5.2
3.	Раздел 3. « Деловое общение »	12	12	14	102	ПК-5/ ПК-5.3
	Итого	34	36	40	448	

4.2. Занятия лекционного типа

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	РАЗДЕЛ 1. Предпринимательская деятельность		
1/10	Тема 1. Общая характеристика предпринимательства. Сущность предпринимательства. Функции и факторы предпринимательства. Классификация предпринимательской деятельности. Виды предпринимательства.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/10	Тема 2. Предпринимательская среда. Понятие предпринимательской среды. Характеристика предпринимательской среды Внешняя и внутренняя предпринимательская среда. Оценка макроэкономических факторов предпринимательской среды. Условия и факторы, воздействующие на субъекты предпринимательской деятельности и требующие принятия управленческих решений для их устранения или приспособления.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/10	Тема 3. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности Характеристика предпринимательской среды. Внешняя и внутренняя предпринимательская среда. Оценка макроэкономических факторов предпринимательской среды.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/10	Тема 4. Предпринимательская идея, ее существенные особенности и выбор. Предпринимательская идея ее существенные особенности и выбор. Предпринимательская идея как потенциал предпринимательства. Источники формирования предпринимательских идей. Технология принятия предпринимательских решений.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 10 триместр	8 8	
	РАЗДЕЛ 2. Управление продажами		
2/11	Тема 5. Концепция управления продажами: практический подход для анализа стратегии и тактики фирм в условиях российского рынка. Часть 1 Элементы концепция управления продажами. Подходы к анализу стратегии и тактики фирм.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
2/11	Тема 6. Концепция управления продажами: практический подход для анализа стратегии и тактики фирм в условиях российского рынка. Часть 2 Особенности подходов к анализу стратегии и тактики фирм в условиях российского рынка.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/11	Тема 7. Сущность и проблематика фирменных розничных продаж Понятие фирменная продажа. Уровни каналов распределения. Обоснование развития фирменных розничных продаж.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/11	Тема 8. Мерчендайзинг. Часть 1 Общие понятия. Стандарты выкладки товаров. Выкладка товара. Запас товара.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/11	Тема 9. Мерчендайзинг. Часть 2 Представление.схема планировки торгового зала. Планограмма выкладки товаров.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/11	Тема 10. Защита прав потребителей. История возникновения потребительского движения. Права потребителей. Консюмеризм. Круг лиц, на которых распространяется законодательство РФ о защите прав потребителей.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/11	Тема 11. Юридическая ответственность. Виды юридической ответственности за нарушение прав потребителей	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 11 триместр	14 14	
	РАЗДЕЛ 3. Деловое общение		
3/12	Тема 26.Происхождение коммуникативной деятельности. Часть 1. Основные понятия деловой коммуникации: культура речи, деловое общение и риторика.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/12	Тема 27.Происхождение коммуникативной деятельности. Часть 2. Модель коммуникационного процесса. Процесс передачи информации. Коммуникация как процесс. Механизмы воздействия в процессе общения.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля/ триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
3/12	Тема 28. Роль делового общения в профессиональной деятельности. Виды, уровни и цели делового общения. Функции и этапы делового общения. Основные характеристики делового общения.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/12	Тема 29. Виды делового общения в профессиональной деятельности. Вербальные и невербальные средства деловой коммуникации. Система формирования деловых отношений. Виды и типология бизнес-контактов. Способы создания новых деловых связей. Основы нетворкинга.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/12	Тема 30. Принципы управления командой. Российские и западные традиции работы в коллективе. Группа и команда. Типы командных ролей.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/12	Тема 31. Командное и корпоративное взаимодействие. Этапы формирования команды. Управление командой. Партнерские отношения и сотрудничество. Типы групп в организации. Ключевые параметры группы и команды. Динамика группы, понятие «команда», факторы и этапы превращения группы в команду. Личность и группа. Роли в группе. Пра-	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 12 триместр	12 12	
	ИТОГО по модулю, в т.ч. 10 триместр 11 триместр 12 триместр	34 8 14 12	

4.3. Занятия семинарского типа

4.3.1. Семинары, практические занятия

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	РАЗДЕЛ 1. Предпринимательская деятельность		
1/10	Определяющие особенности развития предпринимательства в России. Влияние природно-климатических факторов. Цивилизационный фактор. Роль Российского государства. Роль крестьянской общины. Культура и идеология в жизни Российского государства. Основные тенденции развития предпринимательства в постсоветский период (1991–1999 гг.).	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
1/10	Создание условий, способствующих развитию предпринимательства. Политические и социально-экономические предпосылки возрождения частного предпринимательства в нашей стране. Перестройка в СССР и курс на развитие рыночных отношений в советской экономике. “Закон об индивидуальной трудовой деятельности”, “Закон о кооперации” и их роль в ренессансе частной предпринимательской деятельности. Приватизация в Российской Федерации и ее воздействие на становление частной предпринимательской деятельности. Социальная база возрождающегося	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
1/10	Психологические особенности предпринимателя. Портрет предпринимателя. Основные черты.	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
1/10	<p>Малое предпринимательство.</p> <p>Малое предпринимательство и его роль в развитии экономики. Проблемы развития малого предпринимательства. Основные преимущества и недостатки малого предпринимательства. Государственная поддержка развития малого предпринимательства.</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
1/10	<p>Организация создания собственного дела. Предпринимательская идея ее существенные особенности и выбор.</p> <p>Способы создания собственного дела. Внутрифирменное предпринимательство.</p> <p>Вопросы классификации источников предпринимательских идей, факторов среды и индивидуальных особенностей предпринимателя, способствующих зарождению и развитию идеи.</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
1/10	<p>Юридическое оформление предприятия. Выбор организационно-правовой формы. Факторы, воздействующие на принятие решения о выборе организационно-правовой формы предприятия.</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
1/10	<p>Организационно - правовые документы в предпринимательской деятельности.</p> <p>Анализ нормативной базы. Классификация документов. Организационные документы. Распорядительные документы. Информационно-справочные документы.</p> <p>На занятии с помощью программы «Консультант – Плюс» проводится анализ нормативной базы по организационно – правовым документам, в том числе Федерального Закона от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».</p> <p>В ходе занятия обучающимися составляется таблица соответствия организационно – правовых документов нормативной базе.</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 10 триместр	14 14	
	РАЗДЕЛ 2. Управление продажами		
2/11	<p>Торговые посредники.</p> <p>Основные виды, целевая ориентация, предварительные стратегические аспекты формирования каналов.</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
2/11	<p>Дистрибьюция и работа с дистрибьюторами: основные тенденции на российском рынке.</p> <p>Подходы к оценке эффективности работы с дистрибьюторами. Основные направления развития дистрибьюции на российском рынке.</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
2/11	<p>Разработка программ стимулирования продаж. Оценка эффективности работы посредников.</p> <p>Методы стимулирования. Программы стимулирования продаж. Оценка эффективности программ</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
2/11	<p>Организация и управление фирменной розницей.</p> <p>Понятие фирменная продажа. Уровни каналов распределения. Обоснование развития фирменных розничных продаж.</p> <p>Обоснование развития фирменных розничных продаж. Разработка этапов развития фирменных продаж на примере организаций предложенных к рассмотрению</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
2/11	<p>Оценка эффективности работы производителя с розницей.</p> <p>Подходы к оценке эффективности работы производителя с розницей. Показатели и нормативные значения эффективности работы производителя с розницей</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 11 триместр	10 10	
	РАЗДЕЛ 3. Деловое общение		
3/12	<p>Основные функции языка. Понятия языковой нормы и культуры.</p> <p>Культура речи, ее сущность, составляющие и значение. Деловая коммуникация как комплекс речевой деятельности по созданию, интерпретации и передаче информации в формате институциональных дискурсов. Современная деловая риторика. Невербальная коммуникация и ее структура. Основы графологии в деловом общении. Кинесика в деловых коммуникациях. Основные закономерности проксемики. Такесика в деловом общении</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
3/12	<p>Перцептивная функция делового общения. Механизмы межличностного восприятия и взаимопонимания в общении.</p> <p>Эффекты и искажения межличностного восприятия и взаимопонимания. Типология коммуникативных партнеров и манера поведения. Психометрическая типология деловых партнеров. Психологическая защита при отрицательных эмоциях.</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
3/12	<p>Интерактивная функция делового взаимодействия. Способы поддержания связей с деловыми партнерами.</p> <p>Структура и уровни взаимодействия в деловой среде. Современные системы сбора информации для расширения внешних связей и обмена опытом. Формальные и неформальные межличностные отношения. Интерактивное взаимодействие и виды поведения: подавление, манипуляции. Стратегии и тактики делового общения. Коммуникативные стратегии взаимодействия.</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
3/12	Структура и классификация коллективов. Факторы, влияющие на работу коллектива.	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
3/12	<p>Диалектика руководства и лидерства в контексте организационного развития.</p> <p>Гендерные аспекты организационного руководства и лидерства.</p>	2	Групповая дискуссия, опрос, ситуационные задания
3/12	<p>Мотивация соратников лидера.</p> <p>Значение мотивации сотрудников к труду. Мотивационные теории поведения людей в организации. Организация и содержание труда как фактор мотивации.</p>	2	Тестирование
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 12 триместр	12 12	

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	ИТОГО по модулю, в т.ч. 10 триместр 11 триместр 12 триместр	36 14 10 12	

4.3.2. Лабораторные работы

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)*	Примечание
	РАЗДЕЛ 1. Предпринимательская деятельность		
1/10	<p>Порядок государственной регистрации юридических лиц и физического лица в качестве индивидуального предпринимателя</p> <p>Используя знания, полученные на Лекции и в ходе выполнения самостоятельной работы по изучению Федерального Закона от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» составить перечень документов, необходимых для регистрации юридических лиц с учетом действующих поправок к законодательству на момент проведения лабораторной работы. Составить документы.</p>	2	Отчет по лабораторным работам

№ раздела моду- ля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том чис- ле на прак- тическую подготов- ку)*	Примечание
1/10	<p>Осуществление научно-технических целевых программ</p> <p>Федеральная целевая программа «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014—2020 годы»</p> <p>Изучить Федеральную целевую программу «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014—2020 годы»</p> <p>Сформулировать предложения направлению 3.3.2 «Развитие системы коммуникаций научной общественности (в том числе проведение конференций, семинаров)».</p>	2	Отчет по лабораторным работам
1/10	<p>Недобросовестная конкуренция</p> <p>На основании знаний, полученных на лекции и практических занятиях определить существенные условия для договоров представленных к рассмотрению обучающимся</p> <p>Изучить понятие «недобросовестная конкуренция», научиться выявлять ее проявления. Выдача заданий на КУРСОВУЮ РАБОТУ</p>	2	Отчет по лабораторным работам
1/10	Разбор содержания аналитической части КУРСОВОЙ РАБОТЫ	2	Отчет по лабораторным работам
1/10	Разбор содержания практической части КУРСОВОЙ РАБОТЫ	2	Отчет по лабораторным работам
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. курсовое проектирование 10 триместр	10 6 10	

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)*	Примечание
	РАЗДЕЛ 2. Управление продажами		
2/11	Сущность и проблематика фирменных розничных продаж	2	Отчет по лабораторным работам
2/11	КУРСОВАЯ РАБОТА. Коммуникационные инструменты	2 (2)	Отчет по лабораторным работам
2/11	Основные этапы продаж. Подготовка к продаже. Психологическая установка. Установление контакта. Выявление потребностей. Презентация товара. Работа с возражениями. Техники и методы работы с возражениями. Завершение продажи. Допродажа. Прощание с клиентом.	2	Отчет по лабораторным работам
2/11	Инструменты мерчандайзинга. Атмосфера магазина. Факторы внешней среды магазина. Факторы внутренней среды магазина.	2	Отчет по лабораторным работам
2/11	КУРСОВАЯ РАБОТА. Работа в группах	2	Отчет по лабораторным работам
2/11	Правила мерчандайзинга. Группа "Организация эффективного запаса" Изучить правила мерчандайзинга, относящиеся к группе "Организация эффективного запаса", на примерах предложенных преподавателем рассмотреть действия правил	2	Отчет по лабораторным работам
2/11	КУРСОВАЯ РАБОТА. Работа в группах	2	Отчет по лабораторным работам
2/11	КУРСОВАЯ РАБОТА. Работа в группах	2	Отчет по лабораторным работам

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том числе на практическую подготовку)*	Примечание
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. курсовое проектирование 11 триместр	16 (2) 8 16 (2)	
	РАЗДЕЛ 3. Деловые коммуникации		
3/12	Особенности делового общения с использованием электронных средств коммуникации Продажа и последующий контакт с партнерами.	2	Отчет по лабораторным работам
3/12	Особенности общения с партнерами через Интернет.	2	Отчет по лабораторным работам
3/12	Коммуникативная функция делового общения. Коммуникативный процесс, средства коммуникации, обратная связь. Принцип кооперации Г. Грайса. Принцип вежливости Дж. Лича Коммуникативные стили речевого делового общения. Индивидуальные коммуникативные стили. Коммуникативная компетентность делового человека.	2	Отчет по лабораторным работам
3/12	Восходящие, нисходящие и горизонтальные коммуникации в организации. Репрезентативные системы в деловом общении. Эффективность коммуникации.	2	Отчет по лабораторным работам
3/12	Документационное обеспечение деловых коммуникаций. Особенности деловой переписки. Характеристика современного делового письма. Виды деловых писем	2	Отчет по лабораторным работам
3/12	КУРСОВАЯ РАБОТА	4 (2)	Защита курсовой работы

№ раздела моду- ля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы (в том чис- ле на прак- тическую подготов- ку)*	Примечание
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. , в т.ч. <i>курсовое проектирование</i> 12 триместр	14 (2) 4 14 (2)	
	ИТОГО по модулю, в т.ч. <i>курсовое проектирование</i> 10 триместр 11 триместр 12 триместр	40 (4) 18 10 16 (2) 14 (2)	

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

№ раздела модуля / триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
	РАЗДЕЛ 1. Предпринимательская деятельность		
1/10	Понятие предпринимательской среды. Внешняя среда, не зависящая от субъектов предпринимательства, и внутренняя, которая формируется непосредственно субъектам предпринимательства.	8	Устный опрос
1/10	Внутренняя готовность субъекта к предпринимательству как субъективный фактор успешного предпринимательства.	8	Устный опрос
1/10	Истоки российского предпринимательства (IX-XVII вв Российское предпринимательство в XVIII веке. Законодательное оформление предпринимательского сословия. Основные тенденции в развитии российского предпринимательства в первой половине XIX в.	8	Устный опрос
1/10	Реформы 60-70-х гг. XIX в. и перспективы свободного предпринимательства в России. Расцвет отечественного предпринимательства в конце XIX - начале XX вв. Возрождение частного предпринимательства в конце XX века и проблемы его развития в современной России	14	Устный опрос
1/10	Предпринимательская идея как потенциал предпринимательства. Источники формирования предпринимательских идей. Технология принятия предпринимательских решений.	12	Устный опрос
1/10	Классификация ОПФ. Законодательство РФ, регулирующее выбор ОПФ. Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы предприятия.	10	Устный опрос
1/10	Федеральный Закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» определяющий порядок государственной регистрации субъектов предпринимательской деятельности. Особенности редакции от 31.01.2016.	8	Устный опрос
1/10	Регламентация договорной работы. Основные требования	14	Устный опрос
1/10	Принципы оценки эффективности предпринимательской деятельности.	20	Устный опрос

№ раздела модуля / триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
1/10	Курсовое проектирование	40	Проверка разделов курсовой работы
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. курсовое проектирование 10 триместр	142 40 142	
	РАЗДЕЛ 2. Управление продажами		
2/11	Основные этапы продаж. Подготовка к продаже. Психологическая установка. Установление контакта. Выявление потребностей. Презентация товара. Работа с возражениями. Техники и методы работы с возражениями. Завершение продажи. Допродажа. Прощание с клиентом. Изучить подходы к работе с покупателями. Предложить свои варианты осуществления этапов на примере товаров, предложенных преподавателем.	12	Устный опрос
2/11	Сущность рекламно-информационной поддержки в магазине. Определение мерчандайзинга, цели и задачи мерчандайзинга, результаты, достигаемые при использовании мерчандайзинга Процесс участия фирмы в работе выставки Изучить цели и задачи мерчандайзинга, результаты, достигаемые при использовании мерчандайзинга	8	Устный опрос
2/11	Правила мерчандайзинга. Группа "Организация эффективного запаса" Изучить правила мерчандайзинга, относящиеся к группе "Организация эффективного запаса", на примерах предложенных преподавателем рассмотреть действия правил	6	Устный опрос
2/11	Правила мерчандайзинга. Группа "Эффективное размещение" Изучить правила мерчандайзинга, относящиеся к группе "Эффективное размещение" на примерах предложенных преподавателем рассмотреть действия правил	4	Устный опрос

№ раздела модуля / триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
2/11	Правила мерчандайзинга. Группа "Эффективная презентация товара". Изучить правила мерчандайзинга, относящиеся к группе "Эффективная презентация товара", на примерах предложенных преподавателем рассмотреть действия правил	16	Устный опрос
2/11	Звуки и музыка в мерчандайзинге Изучить влияние звукового сопровождения в торговом зале на эффективность продаж, обосновать необходимость звукового сопровождения для торговой точки	20	Устный опрос
2/11	Система освещения в магазине Изучить влияние светового сопровождения в торговом зале на эффективность продаж, обосновать необходимость светового звукового сопровождения для торговой точки	14	Устный опрос
2/11	Оценка эффективности ассортиментной матрицы торгового предприятия На основании знаний, полученных на практическом занятии разработать ассортиментный минимум для разных форматов торговли продуктами питания Изучить влияние формата торговли на размер ассортиментной матрицы (по ширине и глубине)	20	Устный опрос
2/11	Деловая игра "Претензионно - исковая работа" Цель занятия – закрепить знания, полученные на лекции. Обучающимся предлагается составить претензию по конкретной ситуации.	16	Устный опрос
2/11	Круглый стол "Консюмеризм" Цель занятия – закрепить знания, полученные на лекции. Обучающиеся заранее получают задание подготовить сообщения с примерами консюмеризации.	10	Устный опрос
2/11	Процесс участия фирмы в работе выставки Изучить этапы процесса участия фирмы в работе выставки.	14	Устный опрос
2/11	Процесс участия фирмы в работе выставки Оценить стоимость участия фирмы в выставке. Разработать план стенда. Оценить эффект для фирмы от участия в выставке.	14	Устный опрос

№ раздела модуля / триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
2/11	Курсовое проектирование	50	Проверка разделов курсовой работы
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. курсовое проектирование 11 триместр	204 50 204	
	РАЗДЕЛ 3. Деловое общение		
3/12	Этика деловых коммуникаций. Этические принципы в деловых коммуникациях. Этические особенности восприятия информации.	16	Устный опрос
3/12	Психологические приемы влияния и воздействия на делового партнера.	10	Устный опрос
3/12	Документационное обеспечение деловых коммуникаций. Особенности деловой переписки. Документирование управленческой деятельности.	8	Устный опрос
3/12	Характеристика современного делового письма. Виды деловых писем.	14	Устный опрос
3/12	Технологии эффективного общения. Стратегии и тактики в конфликтном взаимодействии. Непереговорные методы управления социальными конфликтами.	10	Устный опрос
3/12	Манипулятивные технологии и люди. Способы противодействия манипуляциям. Манипулятивные технологии в переговорном процессе и противодействие им. Психологические приемы влияния и воздействия на делового партнера. Защита от манипуляций в деловых коммуникациях. Развитие навыков позитивного эмоционального реагирования и толерантности для конструктивного делового взаимодействия.	18	Устный опрос
3/12	Способы поддержания связей с деловыми партнерами. Современные системы сбора информации для расширения внешних связей и обмена опытом.	12	Устный опрос
3/12	Особенности общения с партнерами через Интернет. Продажа и последующий контакт с партнерами.	8	Устный опрос

№ раздела модуля / триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
3/12	Конфликты в деловых коммуникациях. Понятие "конфликт", структура и типология конфликта. Причины конфликтов в деловых коммуникациях. Типы конфликтных личностей.	6	Устный опрос
	ИТОГО на разделу 3, в т.ч. 12 триместр	102 102	
	ИТОГО по модулю, в т.ч. 10 триместр 11 триместр 12 триместр	448 142 204 102	

4.5. Курсовое проектирование

Курсовое проектирование по модулю «Маркетинг» предполагает контактные (практические) занятия и самостоятельную работу обучающегося.

Практические занятия	18 часов
Самостоятельная работа	90 часов

4.5.1. Порядок выполнения курсовой работы

В рамках учебного модуля «Управление маркетинговыми коммуникациями и каналами распределения» предусмотрено выполнение курсовой работы «Маркетинговые коммуникации рынка», представляющей собой выполненную в письменном виде самостоятельную учебную работу обучающегося, раскрывающую теоретические и практические проблемы избранной темы на примере конкретной рынка товаров (услуг).

Выполнение курсовой работы предполагает углубление и систематизацию полученных знаний по маркетингу в целом и по избранной теме в частности; выработку навыков сбора и обобщения практического материала, работы с первоисточниками; развитие умений применять полученные знания для решения конкретных научных и практических проблем, формулировать и аргументировать собственную позицию в их решении.

В данном виде учебной работы обучающегося присутствуют элементы самостоятельного научного исследования. Работа выполняется по индивидуальным вариантам.

Рекомендуемая структура работы:

1. Введение.
2. Содержание.
3. Обзор ситуации.
4. Цели и задачи.
5. Целевые аудитории.
6. Стратегия и тактика.
7. Реализация/внедрение программы/коммуникационные инструменты.
8. Профессиональная команда.
9. Бюджет.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЯ

4.5.2. Темы курсовой работы

1. Управление продажами на российском рынке майонеза
2. Управление продажами на российском рынке пива
3. Управление продажами на российском рынке кормов для животных
4. Управление продажами на российском рынке кофе
5. Управление продажами на российском рынке чая
6. Управление продажами на российском рынке подсолнечного масла
7. Управление продажами на российском рынке мягкого мыла
8. Управление продажами на российском рынке сигарет
9. Управление продажами на российском рынке шоколада
10. Управление продажами на российском рынке порошка
11. Управление продажами на российском рынке минеральной воды
12. Управление продажами на российском рынке косметики
13. Управление продажами на российском рынке снеков
14. Управление продажами на российском рынке слабоалкогольных коктейлей
15. Управление продажами на российском рынке зубных паст
16. Управление продажами на российском рынке йогуртов
17. Управление продажами на российском рынке соков
18. Управление продажами на российском рынке макарон
19. Управление продажами на российском рынке средств женской гигиены
20. Управление продажами на российском рынке строительных товаров
21. Управление продажами на российском рынке элитной недвижимости
22. Управление продажами на российском рынке такси
23. Управление продажами на российском рынке ювелирных изделий
24. Управление продажами на российском рынке электроники
25. Управление продажами на российском рынке мягкой мебели
26. Управление продажами на российском рынке страховых услуг
27. Управление продажами на российском рынке юющих средств
28. Управление продажами на российском рынке пластиковой упаковки
29. Управление продажами на российском рынке кафельной плитки
30. Управление продажами на российском рынке меховых изделий
31. Управление продажами на российском рынке кондитерских изделий

**Студент может самостоятельно выбрать рынок для маркетингового исследования после консультации с руководителем.*

Руководитель регистрирует тему, утверждает содержание работы, консультирует студента в процессе подготовки, проверяет работу, организует защиту. Работа допускается к защите на основании положительного отзыва руководителя. Защита проводится в соответствии с графиком.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы по модулю и требования по выполнению изложены в СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. «Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению» и размещены в электронной информационно-образовательной среде СПбГТИ(ТУ) <https://technolog.bibliotech.ru/Account/OpenID>

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств по модулю представлен в Приложении №1.

Своевременное выполнение обучающимся мероприятий текущего контроля позволяет превысить (достигнуть) пороговый уровень («удовлетворительно») освоения предусмотренных элементов компетенций. Текущий контроль по учебному модулю проводится в форме контроля выполнения разделов курсовой работы, индивидуальных заданий, лабораторного практикума, решения ситуационных задач, опроса, групповой дискуссии.

Результаты учебного модуля считаются достигнутыми, если для всех элементов компетенций превышен (достигнут) пороговый уровень освоения компетенции на данном этапе.

Промежуточная аттестация по учебному модулю проводится в форме итогового тестирования и защиты курсовой работы.

Итоговый тест предусматривают выборочную проверку освоения предусмотренных элементов компетенций и комплектуются вопросами (заданиями).

При сдаче промежуточной аттестации, обучающийся получает 25 вопросов из перечня вопросов, время работы студента с итоговым тестом - 45 мин.

Тест содержит вопросы по всем компетенциям, освоение которых необходимо подтвердить.

Ниже приводятся примеры тестовых вопросов.

ПК-5(ПК – 5.1)

1. Установите соответствие. Виды правовой информации и их характеристики:

А) официальная правовая информация

Б) правовая информация

В) неофициальная правовая информация

Г) информация индивидуально-правового характера

1. Материалы и сведения о законодательстве и практике его осуществления, не влекущие правовых последствий и обеспечивающие эффективную реализацию правовых норм

2. Информация, исходящая от полномочных государственных органов, имеющая юридическое значение

3. Совокупность правовых актов и тесно связанных с ними справочных, нормативно-технических и научных материалов, охватывающих все сферы правовой деятельности

4. Информация, исходящая от различных лиц, не имеющих властных полномочий.

А - 2, Б - 3, В - 4, Г - 1

2. Как называется незапланированное вмешательство внешней среды или искажения, в результате которых к получателю поступает обращение, отличное от того, что посылал отправитель?

ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ: ПОМЕХИ

3. Что из перечисленного не относится к структурным элементам деловой беседы

А) Контакт.

Б) Цели собеседника

В) Ориентация

Г) Аргументация

Д) Приветствие

Е) Решение

ПК-5 (ПК – 5.2)

1. « Анализ позиции собеседника» относится к элементу
А) Контакт.
Б) Ориентация
В) Аргументация
Г) Решение
2. Предполагает ли эффективный мерчендайзинг активное участие продавца?
А) Да, потому что продавцу в продажах отводится главная роль;
Б) Нет, потому что мерчендайзинг - это продажа без продавца;
В) Да, но только на предприятиях розничной торговли;
Г) Да, но только в продовольственных магазинах.
3. Какое соотношение торговой и неторговой площади считается оптимальным в зарубежных магазинах?
А) 50/50;
Б) 60/40;
В) 80/20;
Г) 70/30.

ПК-5(ПК-5.3)

1. Каково обязательное условие лидерства?
А) Умение побеждать в спорах;
Б) Обладание властью в конкретных формальных или неформальных организациях;
В) Физическая сила;
Г) Ум и выдающиеся способности;
Д) Ни одно из указанных условий.
2. Чем характеризуется демократический режим управления?
А) Подчиненные осуществляют контроль над методами управления;
Б) Руководитель сохраняет за собой право на все решения;
В) Сотрудники во всём и полностью зависимы от своего руководителя;
Г) Подчиненные не имеют возможности высказать свое мнение;
Д) Менеджер не имеет никаких преград для использования власти.
3. Классификация основных стратегий выхода из конфликта на соперничество, компромисс, сотрудничество, уход, приспособление носит имя.....
Томаса – Килмена

Фонд оценочных средств по модулю представлен в Приложении № 1

7. Перечень учебных изданий, необходимых для освоения модуля

Электронные учебные издания

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. — 2-е изд., доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 433 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08835-9.(ЭБС «Юрайт»)

2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02746-4. (ЭБС «Юрайт»)
3. Казакевич, Т. А. Документоведение. Документационный сервис : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Т. А. Казакевич, А. И. Ткалич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 177 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-06273-1. (ЭБС «Юрайт»)
4. Колышкина, Т. Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство : учебное пособие для прикладного бакалавриата / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 163 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-07299-0. (ЭБС «Юрайт»)
5. Кузнецов, И. Н. Документационное обеспечение управления. Документооборот и делопроизводство : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. Н. Кузнецов. — 3-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 461 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-04275-7. (ЭБС «Юрайт»)
6. Попова, Н. Ф. Правовое регулирование экономической деятельности : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н. Ф. Попова, М. А. Лапина ; под ред. М. А. Лапиной. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 278 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-00789-3. (ЭБС «Юрайт»)
7. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия : учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. А. Чалдаева. — 5-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 435 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5068-7. (ЭБС «Юрайт»)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля

Официальный сайт СПбГТИ(ТУ) <http://technolog.edu.ru>

Размещены :

- учебный план
- РПМ
- учебно-методические материалы

Электронно-библиотечные системы

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

Принадлежность – собственная СПбГТИ(ТУ).

Договор на передачу права (простой неисключительной лицензии) на использования результата интеллектуальной деятельности ООО «БиблиоТех» ГК№0372100046511000114_135922 от 30.08.2011

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

2. Электронная библиотечная система «Юрайт»

Принадлежность – сторонняя.

Договор № 130 (ЕП) 2020 от 01.12.2018

Адрес сайта – <https://urait.ru>

3. E-library.ru – научная электронная библиотека.

Принадлежность – сторонняя.

Договор № SU-676/2021 от 02.12.2020

Адрес сайта – <http://elibrary.ru>

Подписка СПбГТИ (ТУ) ФЭМ содержит 10 журналов:

- ✓ Журнал «Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика»
- ✓ Журнал «Вестник Российского экономического университета им. Г.В.Плеханова»
- ✓ Журнал «Вопросы экономических наук»
- ✓ Журнал «Труд и социальные отношения»
- ✓ Журнал «Управление риском»
- ✓ Журнал «Человеческий капитал и профессиональное образование»
- ✓ Журнал «Экономические стратегии»
- ✓ Журнал «Российский журнал менеджмента»
- ✓ Журнал «Креативная экономика»

Журнал «Экономический вектор» (издается ФЭМ СПбГТИ(ТУ), журнал перечня ВАК)

Профессиональные базы данных

1. **ПБД ФЭМ** Принадлежность –собственная СПбГТИ (ТУ)
Адрес сайта 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. Договор № СЛД/СИТ-01343 от 20.03.2014.

Информационные справочные системы

- 1.Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012- www.garant.ru
- 2.Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс» - www.consultant.ru Принадлежность – сторонняя «Консультант Плюс»
Договор об информационной поддержке от 01.01.2009

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 /
5. Российская государственная библиотека.-www.rsl.ru /
6. Агентство деловых новостей «Аргументы и факты». -www.aif.ru /
7. Агентство деловой информации «Бизнес-карта».- www.biznes-karta.ru /
8. Агентство финансовых новостей «Блумберг».- www.bloomberg.com /
9. Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг». -www.rbc.ru /
10. Система дистанционного бизнес-образования - www.businesslearning.ru /

9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля

Методическая модель преподавания модуля основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются:

- выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса;
- объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения;
- активное участие слушателей в учебном процессе;
- проведение лабораторных занятий, определяющих приобретение навыков решения проблемы;
- написание рефератов и эссе;
- приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям.

Используемые методы преподавания: занятия лекционного типа с использованием наглядных пособий и раздаточных материалов; метод «мозгового штурма», индивидуальные и групповые задания при проведении лабораторных занятий.

Все виды занятий по модулю «*Маркетинг*» преподаватели должны проводить в соответствии с требованиями следующих СТП:

–СТП СПбГТИ 040-2002. КС УКВД. Виды учебных занятий. Лекция. Общие требования;

–СТП СПбГТИ 018-2014. КС УКВД. Виды учебных занятий. Практические и семинарские занятия. Общие требования к организации и проведению.

–СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению.

–СТП СПбГТИ 016-2015. КС УКВД. Порядок проведения зачетов и экзаменов.

–СТО СПбГТИ 020-2011. КС УКВД. Виды учебных занятий. Лабораторные занятия. Общие требования к организации проведения.

–СТО СПбГТИ 044-2012. КС УКВД. Виды учебных занятий. Курсовой проект. Курсовая работа. Общие требования.

–СТО СПбГТИ 018-2014. КС УКВД. Виды учебных занятий. Семинары и практические занятия. Общие требования к организации и проведению.

–СТП СПбГТИ 045-2004. КС УКВД. Планирование учебного процесса в институте.

Для более глубокого изучения модуля преподаватель предоставляет студентам информацию о возможности использования Интернет-ресурсов по разделам модуля.

Содержание практических занятий определяется календарным тематическим планом, который составляется преподавателем, проводящим эти занятия на основе рабочей программы.

Основными условиями правильной организации учебного процесса для обучающихся является:

- плановость в организации учебной работы;
- серьезное отношение к изучению материала;
- постоянный самоконтроль.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю

10.1. Информационные технологии

В учебном процессе по данному модулю предусмотрено использование информационных технологий:

чтение лекций с использованием слайд-презентаций;

взаимодействие с обучающимися посредством электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС СПбГТИ(ТУ)).

10.2. Лицензионное программное обеспечение.

Операционная система Microsoft Windows

Microsoft Office 2010 (Microsoft Word, Microsoft Excel).

«1С:Предприятие», версия 8 (1С: Бухгалтерия предприятия

10.3. Информационные справочные системы

1 Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс» - www.consultant.ru

Принадлежность – сторонняя

Договор об информационной поддержке от 01.01.2009

2. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Принадлежность – сторонняя

Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012- www.garant.ru

3. 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

Договор № СЛД/СИТ-01343 от 20.03.2014.

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата. Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен в рабочих программах модулей.

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

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями обеспечиваются электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

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, и для самостоятельной работы студентов оснащен 1 компьютерный зал. 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.

Для выполнения заданий студенты используют пакет программ Microsoft Office.

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.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее - обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья) определены на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;
- приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями учебный процесс осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья СПбГТИ(ТУ), утвержденным ректором 28.08.2014 г.

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение в рамках учебного модуля обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется институтом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по модулю обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта института в сети «Интернет» для слабовидящих;
- весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию института.

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие обучающимся с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебного модуля профессорско-преподавательскому составу рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по модулю для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и другое). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.