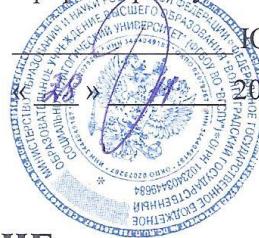


86к

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт художественного образования
Кафедра управления персоналом и экономики в сфере образования

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе
Ю. А. Жадаев
2016 г.



Маркетинг

Программа учебной дисциплины

Направление 54.03.01 «Дизайн»

Профиль «Графический дизайн»

очная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования
« 28 ноября 2016 г., протокол № 3

Заведующий кафедрой Зубина Е.В. (подпись) 28 ноября 2016 г.
(зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета института художественного
образования « 28 ноября 2016 г. , протокол № 2

Председатель учёного совета Таранов Н.Н. (подпись) « 28 ноября 2016 г.
(дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
« 28 » ноября 2016 г. , протокол № 6

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____ (подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____ (подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____ (подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Ламзин Роман Михайлович старший преподаватель кафедры управления персоналом и
экономики в сфере образования.

Программа дисциплины «Маркетинг» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению
подготовки 54.03.01 «Дизайн» (утверждён приказом Министерства образования и науки РФ
от 11 августа 2016 г. № 1004) и базовому учебному плану по направлению подготовки
54.03.01 «Дизайн» (профиль «Графический дизайн»), утверждённому Учёным советом
ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 28 ноября 2016 г., протокол № 6).

1. Цель освоения дисциплины

Выработка и систематизация теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Маркетинг» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Экономика», «Основы современного арт-менеджмента».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Экономика отрасли», «Экономика художественно-промышленного производства».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знатъ

– основные категории и закономерности маркетинговой деятельности;
– способы использования средств маркетинга в сфере дизайна;
– основные проблемы развития российской экономики;

уметь

– применять методы маркетинговой деятельности в дизайне;
– анализировать издержки предприятия в краткосрочном и долгосрочном и долгосрочных периодах;
– рассчитывать макроэкономические показатели путем использования системы национальных счетов;

владеть

– навыками работы со статистической информацией с целью проведения маркетинговых исследований.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		4	36
Аудиторные занятия (всего)	36		
В том числе:			
Лекции (Л)	18		18
Практические занятия (ПЗ)	18		18

Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	36	36
Контроль	–	–
Вид промежуточной аттестации		3Ч
Общая трудоемкость	72	72
зачётные единицы	2	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Основы маркетинговой деятельности	Сущность и содержание маркетинга персонала. История возникновения маркетинга персонала. Цели системы маркетинга персонала. Характеристика видов маркетинга персонала. Характеристика маркетинга - микс персонала. Концепции маркетинга персонала. Эволюция концепции маркетинга. Функции и принципы маркетинга. Элементы маркетинга. Маркетинговая информационная система. Маркетинговая среда фирмы. Анализ внешних и внутренних факторов среды фирмы. Система маркетинговых исследований. Исследование категорий, групп.
2	Теория маркетинга	Отбор источников информации. Этапы маркетинговых исследований. Эвристические методы маркетинговых исследований. Понятие рынка труда. Механизм функционирования рынка труда. Сегментирование, как инструмент деления рынка на четкие группы предприятий и работников. Анализ рыночных возможностей. Стратегии позиционирования на рынке труда предприятиями. Человеческий капитал как фактор конкурентоспособности персонала. Персонал как объект маркетинга персонала. Определение количественной и качественной потребности в персонале. Расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала. Деловая оценка персонала.
3	Маркетинговые технологии	Ценовая политика на рынке. Сущность состава цены на рынке. Процесс ценообразования на рынке. Стратегии ценообразования. Характеристика коммуникационной функции маркетинга на рынке. Характеристика маркетинговых средств маркетинга персонала: реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз ("public relations"), личная продажа. Особенность рекламы в маркетинге рабочей силы.

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Основы маркетинговой	6	6	–	12	24

	деятельности					
2	Теория маркетинга	6	6	–	12	24
3	Маркетинговые технологии	6	6	–	12	24

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Синяева И.М. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник/ Синяева И.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 504 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10522>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Фербер М Руководство по маркетингу консалтинговых услуг [Электронный ресурс]/ Фербер М, Иванов М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, Альпина Паблишер, 2013.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39308>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Синяева И.М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебник/ Синяева И.М., Романенкова О.Н., Синяев В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 252 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17586>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
4. Васильев Г.А. Управленческое консультирование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Васильев Г.А., Деева Е.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 255 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16449>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
5. Юдина А.И. Социальный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов специальностей 071401 «Социально-культурная деятельность», 080507 «Менеджмент организаций» и направлений подготовки 071800 «Социально-культурная деятельность», 080200 «Менеджмент»/ Юдина А.И.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2013.— 231 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22095>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

6.2. Дополнительная литература

1. Социология менеджмента [Электронный ресурс]: конспект лекций/ Л.В. Власенко [и др].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2013.— 92 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20034>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Патласов О.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 384 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35281>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Меняев М.Ф. Информационные системы и технологии управления организацией [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Меняев М.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана, 2010.— 88 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30990>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
4. Дайнека А.В. Современные тенденции в управлении персоналом [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дайнека А.В., Жуков Б.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Академия Естествознания, Южный институт менеджмента, 2009.— 403 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10313>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
5. Климантова Г.И. Методология и методы социологического исследования [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Климантова Г.И., Черняк Е.М., Щегорцов А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 256 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24752>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
6. Тельнов Ю.Ф. Инжиниринг предприятия и управление бизнес-процессами.

Методология и технология [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов магистратуры, обучающихся по направлению «Прикладная информатика»/ Тельнов Ю.Ф., Фёдоров И.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 207 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34456>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks - URL: <http://www.iprbookshop.ru/>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Офисный пакет (Microsoft Office или Open Office).

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Маркетинг» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитория для проведения лекционных, лабораторных и практических занятий, оснащенная стандартным набором учебной мебели, учебной доской и стационарным или переносным комплексом мультимедийного презентационного оборудования.

2. Методический, наглядный и раздаточный материал для организации групповой и индивидуальной работы обучающихся (схемы, таблицы, образцы анкет, памятки, варианты тестовых заданий и бланки ответов для проведения тестирования в периоды рубежных срезов и др.).

3. Методические указания для выполнения лабораторных работ.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Маркетинг» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которыхрабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить

литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.

