



ФГОС ВО
(версия 3++)

МАРКЕТИНГ

Рабочая программа дисциплины

ЧЕЛЯБИНСК

ЧГИК

2026

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Кафедра социально-культурной деятельности

МАРКЕТИНГ

Рабочая программа дисциплины

программа бакалавриата

«Управление организацией в сфере культуры»

по направлению подготовки

51.03.03 Социально-культурная деятельность

квалификация: бакалавр

Челябинск

ЧГИК

2026

УДК 655:339(073)

ББК 76.17я73

М 27

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность.

Автор-составитель: Семенова Е. В., доцент кафедры социально-культурной деятельности, к.п.н., доцент

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 8 от 17.04.2023.

Экспертиза проведена 24.04.2023, акт № 2023/М

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 08 от 29.05.2023.

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2024/25	Протокол № 11 от 27.05.2024
2025/26	Протокол № 8 от 26.05.2025
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026
2027/28	

М 27

Маркетинг: рабочая программа дисциплины : программа бакалавриата «Управление организацией в сфере культуры» по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, квалификация: бакалавр/ авт.-сост. М. А. Шицкова; Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск, 2023. – 37 с. – (ФГОС ВО версия 3++). – Текст : непосредственный.

Рабочая программа дисциплины включает: перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; указание места дисциплины в структуре ОПОП; объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения; описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

© Челябинский государственный

институт культуры, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация	6
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	7
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	8
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем(по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	8
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	8
4.1. Структура преподавания дисциплины	8
4.1.1. Матрица компетенций.....	9
4.2. Содержание дисциплины.....	9
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	10
5.1. Общие положения	11
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	12
5.2.1.Содержание самостоятельной работы.....	12
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы..	Ошибка!
Закладка не определена.	
5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы	13
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	14
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	14
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	16
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования	16
6.2.2. Описание шкал оценивания.....	17
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете и (или) экзамене	17
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания.....	18
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	19
6.3.1. Материалы для подготовки к зачету и (или) экзамену.....	20
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине	21
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы	21
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.....	21
6.3.4.1. Планы семинарских занятий	21
6.3.4.2. Задания для практических занятий.....	21
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий	22
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).....	22
6.3.4.5. Тестовые задания.....	22
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.....	22
7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.....	23

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы	23
7.2. Информационные ресурсы	23
7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы	23
7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет	24
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	24
9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	26
Лист изменений в рабочую программу дисциплины	27

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.О.15 Маркетинг
2	Цель дисциплины	подготовка специалистов, владеющих навыками обеспечения эффективного функционирования рынка культурно-досуговых услуг, а также - создать у студентов представление об основных функциях маркетинга, формах и методах маркетинговой политики организаций, применяемых в отечественной практике
3	Задачи дисциплины заключаются в:	• сформировать знания об основных этапах формирования ассортиментной политики организации; • сформировать знания о методах и способах распространения продуктов и услуг; • сформировать знания о различных методиках расчёта цены на продукт и услугу; • сформировать знания о методике маркетинговых исследований; • сформировать знания об анализе конъюнктуры рынка; • сформировать знания о коммуникационной политике организации
4	Планируемые результаты освоения	УК-5
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 8 в академических часах – 288
6	Разработчик	Семенова Е. В., доцент кафедры социально-культурной деятельности, к.п.н., доцент

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

В процессе освоения основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Таблица 1

Планируемые результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения (индикаторы достижения компетенций)			
	Код индикатора	Элементы компетен- ций	по компетенции в целом	по дисциплине
1	2	3	4	5
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	Знать:	социокультурную специфику различных обществ и групп в рамках культурного многообразия; основные подходы к изучению и осмыслению культурного многообразия в рамках философии, социальных и гуманитарных наук	социокультурную специфику различных обществ и групп в рамках культурного многообразия; основные подходы к изучению и осмыслению культурного многообразия в рамках социальных и гуманитарных наук
	УК-5.2	Уметь:	определять и применять способы межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях в рамках социально-исторического, этического и философского контекста; применять научную терминологию и основные научные категории гуманитарного знания	определять и применять способы межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях в рамках социально-исторического, этического контекста
	УК-5.3	Владеть:	выбором способов межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях в рамках социально-исторического, этического и философского	выбором способов межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях в рамках социально-исторического, этического контекста;

			контекста; навыками самостоятельного анализа и оценки социально- исторических явлений и процессов	навыками самостоятельного анализа и оценки социально- исторических явлений и процессов
--	--	--	--	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в обязательную часть учебного плана.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Философия», «История России», «Культурология», «Основы российской государственности».

Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Бизнес-планирование».

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

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего
	Очная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	288
– Контактная работа(всего)	38
в том числе:	
лекции	10
семинары	-
практические занятия	12
мелкогрупповые занятия	
индивидуальные занятия	
консультация в рамках промежуточной аттестации	
иная контактная работа (ИКР) в рамках промежуточной аттестации	2
консультации (конс.)	4
контроль самостоятельной работы (КСР)	2
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	243
– Промежуточная аттестация обучающегося – экзамен: контроль	7

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

4.1. Структура преподавания дисциплины

Таблица 3

Заочная форма обучения

Наименование разделов (модулей), тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа			с/р	
		лек.	практ.	конс, КСР		
1	2	3	5	4	6	7
Тема 1. Маркетинг: понятия и характеристика	31	2			29	
Тема 2. Товар и его продвижение	35	2	4		29	
Консультация Контроль самостоятельной работы	6			4 2		
Итого в 5 сем.	72	4	4	6	58	
Тема 3. Бренд	20	2			16	
Тема 4. Современные маркетинговые процессы	18	2			16	
Тема 5. Маркетинг: актуальный инструментарий	21		4		17	
Консультация Контроль самостоятельной работы	4			2 2		
Экзамен 6 семестр	11					КонсПА – 2 ч. ИКР – 2 час. Экзамен контроль – 7 ч.
Итого в 6 сем.	72	4	4	4	49	11
Всего по дисциплине	144	8	8	10	107	11

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов (модулей), тем	УК-5
1	2
Тема 1. Маркетинг: понятия и характеристика	+
Тема 2. Товар и его продвижение	+
Тема 3. Бренд	+
Тема 4. Современные маркетинговые процессы	
Тема 5. Маркетинг: актуальный инструментарий	
Экзамен 5 сем.	+

4.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Маркетинг: понятия и характеристика. Цель маркетинга. Система маркетинга. Концепция маркетинга. Маркетинговая политика. Виды маркетинга. Маркетинговая стратегия. Комплекс маркетинга. Карта рынка. Конкурентная среда. Доля рынка. Жизненный цикл клиента. Целевая аудитория. Клиентоориентированность. Портрет покупателя. Поведение потребителей.

Поведенческая сегментация. Сегментация потребителей. Сегментация рынка. Лояльность клиента. Индекс потребительской лояльности. Лидер мнений. Позиционирование. Импульсная покупка. Маркетинговая среда. Маркетинговый анализ. Маркетинговое исследование. Целевой рынок.

Тема 2. Товар и его продвижение. Маркетинговый план. Жизненный цикл товара. Емкость рынка. Классификация товаров. Конкурентное преимущество. Ноу-хау. Стратегия продаж. Товарная политика. Товарная (ассортиментная) матрица. Новизна ассортимента. Портфельный анализ. Торговая марка. Ценообразование. Сбыт. Цепочка ценности. Ценовой диапазон. Сбытовая политика. Стимулирование продаж. Бюджет маркетинга. Перекрестные продажи. Непрямые продажи. Премиум-сегмент. Проблемное интервью. Сарафанное радио. Семантическое ядро. Сэмплинг. Сторителлинг. Тайный покупатель. Тестимониал. Таргетинг.

Тема 3. Бренд. Нейминг. Фирменный стиль. Атрибуты бренда. Бренд-маркетинг. Зонтичный бренд. Идентичность бренда. Структура идентичности бренда по Жану-Ноэлю Капфереру (визуальные характеристики (логотип, корпоративные цвета), организацию (атрибуты компании, ориентация на местные или глобальные рынки), личность (компания как человек, отношения с клиентами), символ (визуальные образы, наследие компании). Модель идентичности бренда Лесли де Чернатони (атрибуты бренда (внешние составляющие, по которым клиенты узнают компанию), выгоды (преимущества, получаемые потребителями от продуктов компании), эмоции (чувства и ощущения, испытываемые клиентами при взаимодействии с компанией), преимущества (физический результат, получаемый клиентом), ценности (эмоции, испытываемые потребителем при использовании продукта). Имидж-бренд. Концепция бренда. Личный бренд. Платформа бренда. Узнаваемость бренда. Стратегия бренда. Управление брендом. Ребрендинг.

Тема 4. Современные маркетинговые процессы. Маркетинговые коммуникации. Неценовая конкуренция. Горизонтальная диверсификация. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Инфотейнмент. Интерактивная реклама. Имиджевая реклама. Кастомизация. Конкурентная разведка. Копакинг. Коммуникативная стратегия. Канал распределения. Когортный анализ. Конверсия. Краудсорсинг. Кросс-промоушн. Канбан. Ньюсджекинг. Нативная реклама. Призыв к действию. Пресс-кит. Продакт-плейсмент. Промо-акция. Путь покупателя. Рекламная кампания. Шелфтокер. Шоурил. Экспертное интервью. Эффект Гиффена. Эффект ореола.

Тема 5. Маркетинг: актуальный инструментарий. AI маркетинг. Buzz маркетинг. B2C маркетинг. CRM маркетинг. Data-driven маркетинг. Performance маркетинг. Крауд-маркетинг. Кросс-маркетинг. Дифференцированный маркетинг. Исходящий маркетинг. Конверсионный маркетинг. Капельный маркетинг. Концентрированный маркетинг. Демаркетинг. Контент-маркетинг. Кросс-канальный маркетинг. Латеральный маркетинг. Маркетинг взаимоотношений. Маркетинг услуг. Маркетинг-кит. Нейромаркетинг. Операционный маркетинг. Омниканальный маркетинг. Партнерский маркетинг. Поведенческий маркетинг. Праздничный маркетинг. Партизанский маркетинг. Продуктовый маркетинг. Прямой маркетинг. Реферальный маркетинг. Событийный маркетинг. Синхромаркетинг. Ситуативный маркетинг. Социальный маркетинг. Территориальный маркетинг. Эмпирический маркетинг. Экологический маркетинг. Управление маркетингом. Стратегия «голубого океана».

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Общие положения

Самостоятельная работа обучающихся – особый вид познавательной деятельности, в процессе которой происходит формирование оптимального для данного индивида стиля получения, обработки и усвоения учебной информации на основе интеграции его субъективного опыта с культурными образцами.

Самостоятельная работа может быть аудиторной и внеаудиторной.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется на лекциях, практических и семинарских занятиях. Внеаудиторная самостоятельная работа может осуществляться:

- в контакте с преподавателем: на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий ит. д.;

- без контакта с преподавателем: в аудитории для индивидуальных занятий, в библиотеке, дома, в общежитии и других местах при выполнении учебных и творческих заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа, прежде всего, включает повторение материала, изученного в ходе аудиторных занятий; работу с основной и дополнительной литературой и интернет-источниками; подготовку к семинарским, практическим занятиям; выполнение заданий, вынесенных преподавателем на самостоятельное изучение; научно-исследовательскую и творческую работу обучающегося.

Целью самостоятельной работы обучающегося является:

- формирование приверженности к будущей профессии;
- систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных знаний умений, владений;

- формирование умений использовать различные виды изданий (официальные, научные, справочные, информационные и др.);

- развитие познавательных способностей и активности обучающегося (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности);

- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации;

- развитие исследовательского и творческого мышления.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, и ее объем по каждой дисциплине определяется учебным планом. Методика ее организации зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, индивидуальных качеств и условий учебной деятельности.

Для эффективной организации самостоятельной работы обучающийся должен:

знать:

- систему форм и методов обучения в вузе;
- основы научной организации труда;
- методики самостоятельной работы;
- критерии оценки качества выполняемой самостоятельной работы;

уметь:

- проводить поиск в различных поисковых системах;
- использовать различные виды изданий;
- применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;

владеть:

- навыками планирования самостоятельной работы;
- навыками соотнесения планируемых целей и полученных результатов в ходе самостоятельной работы;
- навыками проектирования и моделирования разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению, но с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и владениям обучаемых. Обязательно следует помнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочного занятия, а затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном рабочей программой дисциплины.

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Таблица 5

5.2.1. Содержание самостоятельной работы

Наименование разделов (модулей), темы	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 1. Маркетинг: понятия и характеристика	Реферированный и дополненный план-конспект лекционного занятия	План-конспект лекционного занятия
Тема 2. Товар и его продвижение	Реферированный и дополненный план-конспект лекционного занятия	План-конспект лекционного занятия
Тема 3. Бренд	Реферированный и дополненный план-конспект лекционного занятия	План-конспект лекционного занятия
Тема 4. Современные маркетинговые процессы	Реферированный и дополненный план-конспект лекционного занятия	План-конспект лекционного занятия
Тема 5. Маркетинг: актуальный инструментарий	Глоссарий актуального инструментария	План по избранным темам занятия

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1. Тема «Маркетинг: понятия и характеристика»

Цель работы: составить представление о понятии и характеристиках предметной области маркетинга

Задание и методика выполнения: на основании лекционного материала, собственных теоретических исследований, изучить основные понятия современного маркетинга и их характеристики

1. Изучить особенности предметной области маркетинга.
2. Провести терминологический анализ основных терминов маркетинга.

Самостоятельная работа № 2. Тема «Товар и его продвижение»

Цель работы: составить представление об особенностях товара как категории и специфике его продвижения на рынке

Задание и методика выполнения: на основании лекционного материала, собственных теоретических исследований, изучить особенности оценка товара для формирования концепции его продвижения потребителю

Провести анализ периодических изданий (в т.ч. сетевых) по практике современного состояния организации маркетинговых процессов

Самостоятельная работа № 3. Тема «Бренд»

Цель работы: изучить потенциал бренда как стимулирующего сбыт явления.

Задание и методика выполнения: проанализировать публикаций прессы, радио-и телепередач о современной практике и проблемах эффективного использования бренда в

продвижении товаров (услуг).

Провести анализ периодических изданий (в т.ч. сетевых) по практике современного состояния организации маркетинговых процессов.

Самостоятельная работа № 4. Тема «Современные маркетинговые процессы»

Цель работы: изучить особенности реализации современных маркетинговых процессов.

Задание и методика выполнения: проанализировать публикаций прессы, радио-и телепередач о современной практике и проблемах эффективного маркетинга в продвижении товаров (услуг).

Провести анализ периодических изданий (в т.ч. сетевых) по практике современного состояния организации маркетинговых процессов.

Самостоятельная работа № 5. Тема «Маркетинг: актуальный инструментарий»

Цель работы: познакомиться с инструментами современного маркетинга.

Задание и методика выполнения: проанализировать публикаций прессы, радио-и телепередач о современной практике и проблемах эффективного применения современных маркетинговых инструментов в продвижении товаров (услуг).

Провести анализ периодических изданий (в т.ч. сетевых) по практике современного состояния маркетингового инструментария.

5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы

См. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

www.i-exam.ru – Единый портал интернет-тестирования в сфере образования.

Интернет-ресурс «Интернет-тренажеры. Подготовка к процедурам контроля качества» имеет два режима: «обучение» и «самоконтроль».

Режим обучения позволяет:

1. Работать в базе заданий без ограничения по времени.
2. Осуществлять проверку правильности выполнения задания. Она происходит сразу после ответа.
3. В случае выбора неправильного ответа выводится подсказка (правильное решение).

Режим самоконтроля позволяет:

1. Просмотреть структуру теста в соответствии с разделами и темами дисциплины.
2. Увидеть результат тестирования в процентах и с указанием усвоенных/неусвоенных тем.

Для преподавателей и обучающихся данный ресурс доступен 2 раза в год (как правило, это периоды: сентябрь – декабрь / март – июнь). Объявление об открытии доступа к ресурсу и «ключ пользователя» публикуются в локальной сети Интранет.

<http://fgosvo.ru/> – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

<http://gramota.ru/> – Справочно-информационный портал **Грамота.ру** – русский язык для всех.

<https://grants.culture.ru/> – Культура. Гранты России. Общероссийская база конкурсов и грантов в области культуры и искусства.

<https://openedu.ru> – Открытое образование.

<https://президентскиегранты.рф> – Фонд президентских грантов.
<https://rsv.ru> – Россия – страна возможностей.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 6

Паспорт фонда оценочных средств для текущей формы контроля

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1. Теоретические основы маркетинга			
Тема 1. Маркетинг: понятия и характеристика	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	– Самостоятельная работа № 1. Тема «Маркетинг: понятия и характеристика»
		УК-5.2	
		УК-5.3	
Тема 2. Товар и его продвижение	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	– Практическое занятие № 1. Тема «Товар и его продвижения» – Самостоятельная работа № 2. Тема «Товар и его продвижение»
		УК-5.2	
		УК-5.3	
Тема 3. Бренд	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	– Самостоятельная работа № 3. Тема «Бренд»
		УК-5.2	
		УК-5.3	
Тема 4. Современные маркетинговые процессы	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	– Самостоятельная работа № 4. Тема «Современные маркетинговые процессы»
		УК-5.2	
		УК-5.3	
Тема 5. Маркетинг:	УК-5. Способен	УК-5.1	– Практическое занятие № 2. Тема

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
актуальный инструментарий	воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.2	«Маркетинг: актуальный инструментарий» – Самостоятельная работа № 2. Тема «Маркетинг: актуальный инструментарий»
		УК-5.3	

Таблица 7

Паспорт фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Тема 1. Маркетинг: понятия и характеристика	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	– Вопросы к экзамену (6 семестра) № теоретических вопросов: 1-10 для конкретной категории населения № практико-ориентированных заданий: 1
		УК-5.2	
		УК-5.3	
Тема 2. Товар и его продвижение	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	– Вопросы к экзамену (6 семестра) № теоретических вопросов: 11-22 для конкретной категории населения № практико-ориентированных заданий: 2
		УК-5.2	
		УК-5.3	
Тема 3. Бренд	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	– Вопросы к экзамену (6 семестра) № теоретических вопросов: 23-30 для конкретной категории населения № практико-ориентированных заданий: 3
		УК-5.2	
		УК-5.3	
Тема 4. Современные маркетинговые процессы	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	– Вопросы к экзамену (6 семестра) № теоретических вопросов: 31-34 для конкретной категории населения № практико-ориентированных заданий: 4
		УК-5.2	
		УК-5.3	
Тема 5. Маркетинг: актуальный инструментарий	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в	УК-5.1	– Вопросы к экзамену (6 семестра) № теоретических вопросов: 35-44 для конкретной категории населения
		УК-5.2	
		УК-5.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов в достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	социально-историческом, этическом и философском контекстах		№ практико-ориентированных заданий: 5

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Таблица 8

Показатели и критерии оценивания компетенций

Планируемые результаты освоения ОПОП	Показатели сформированности компетенций	Критерии оценивания
1	2	3
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	– понимает межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом контекстах и в условиях сложной и динамичной среды; – применяет информацию о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом, этическом контекстах в условиях сложной и динамичной среды; – способен оценивать последствия организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости и готов к реализации в условиях сложной и динамичной среды.	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.

Таблица 9

Этапы формирования компетенций

Наименование этапа	Характеристика этапа	Формы контроля
1	2	3
Начальный (входной) этап формирования компетенций	Диагностика входных знаний в рамках компетенций.	Самоанализ, устный опрос
Текущий этап формирования компетенций	Выполнение обучающимися заданий, направленных на формирование компетенций Осуществление выявления причин препятствующих	Активная учебная лекция; практические; самостоятельная работа: устный опрос по диагностическим вопросам.

	эффективному освоению компетенций.	
Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций	Оценивание сформированности компетенций по отдельной части дисциплины или дисциплины в целом.	Экзамен: – ответы на теоретические вопросы; – выполнение практико-ориентированных заданий.

6.2.2. Описание шкал оценивания

Таблица 10

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене

Вариант 1

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
Отлично	Обучающийся показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и владения, определенные программой. Грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу. Обучающийся способен действовать в нестандартных практико-ориентированных ситуациях. Отвечает на все дополнительные вопросы. Результат обучения показывает, что достигнутый уровень оценки результатов обучения по дисциплине является основой для формирования соответствующих компетенций.
Хорошо	Результат обучения показывает, что обучающийся продемонстрировал результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, владениями по дисциплине. Допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов. Обучающийся способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
Удовлетворительно	Результат обучения показывает, что обучающийся обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине. Ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов. Обучающийся способен понимать и интерпретировать усвоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и владений для решения практико-ориентированных задач.
Неудовлетворительно	Результат обучения обучающегося свидетельствует об усвоении им только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине. Допущенные ошибки и неточности в ходе промежуточного контроля показывают, что обучающийся не овладел необходимой системой знаний и умений по дисциплине. Обучающийся допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.

Вариант 2

Описание шкалы оценивания при тестировании на базе тестовых

материалов института

Оценка по номинальной шкале	% правильных ответов, полученных на тестировании
Отлично	от 90 до 100
Хорошо	от 75 до 89,99
Удовлетворительно	от 60 до 74,99
Неудовлетворительно	менее 60

Таблица 11

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания

Устное выступление (семинар, доклад)

Дескрипторы	Образцовый, примерный; достойный подражания ответ (отлично)	Законченный, полный ответ (хорошо)	Изложенный, раскрытый ответ (удовлетворительно)	Минимальный ответ (неудовлетворительно)	Оценка
Раскрытие проблемы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	
Представление	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Используются все необходимые профессиональные термины.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано большинство необходимых профессиональных терминов.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Профессиональная терминология использована мало.	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	
Оформление	Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3–4 ошибки в представляемой информации.	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации.	
Ответы на вопросы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров.	Ответы на вопросы полные и/или частично полные.	Только ответы на элементарные вопросы.	Нет ответов на вопросы.	
Умение держаться на	Свободно держится на	Свободно держится на	Скован, обратная связь с	Скован, обратная связь с аудиторией	

аудитории, коммуникативные навыки	аудитории, способен к импровизации, учитывает обратную связь с аудиторией.	аудитории, поддерживает обратную связь с аудиторией.	аудиторией затруднена.	отсутствует, не соблюдает нормы речи в простом высказывании.	
Итог					

Практическое (практико-ориентированное) задание

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Хорошо	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Удовлетворительно	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, путаясь в профессиональных понятиях.
Неудовлетворительно	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

Деловые игры / тренинги

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	Даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены практические задачи; при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Хорошо	Даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчетов; ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.
Удовлетворительно	Даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач обучающийся использовал прежний опыт и не применял новые методики выполнения расчетов и экспресс-оценки показателей эффективности управления организацией, однако на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.
Неудовлетворительно	Не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым «удовлетворительно».

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену

Таблица 12

Материалы, необходимые для оценки знаний (примерные теоретические вопросы) к экзамену

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1.	Цель маркетинга. Система маркетинга. Концепция маркетинга	УК-5
2.	Маркетинговая политика. Виды маркетинга. Маркетинговая стратегия	УК-5
3.	Комплекс маркетинга	УК-5
4	Карта рынка. Конкурентная среда. Доля рынка	УК-5
5	Жизненный цикл клиента. Целевая аудитория. Клиентоориентированность	УК-5
6	Портрет покупателя. Поведение потребителей. Поведенческая сегментация. Сегментация потребителей	УК-5
7	Сегментация рынка	УК-5
8	Лояльность клиента. Индекс потребительской лояльности. Лидер мнений	УК-5
9	Позиционирование. Импульсная покупка	УК-5
10	Маркетинговая среда. Маркетинговый анализ. Маркетинговое исследование. Целевой рынок	УК-5
11	Маркетинговый план	УК-5
12	Жизненный цикл товара. Емкость рынка	УК-5
13	Классификация товаров	УК-5
14	Конкурентное преимущество. Ноу-хау	УК-5
15	Стратегия продаж	УК-5
16	Товарная политика. Товарная (ассортиментная) матрица. Новизна ассортимента	УК-5
17	Портфельный анализ. Торговая марка	УК-5
18	Ценообразование	УК-5
19	Сбыт	УК-5
	Цепочка ценности. Ценовой диапазон	УК-5
	Стимулирование продаж	УК-5
	Бюджет маркетинга	УК-5
	Нейминг. Фирменный стиль	УК-5
	Атрибуты бренда. Бренд-маркетинг	УК-5
	Идентичность бренда. Имидж-бренд	УК-5
	Концепция бренда	УК-5
	Личный бренд	УК-5
	Платформа бренда. Узнаваемость бренда	УК-5
	Стратегия бренда. Управление брендом	УК-5
	Ребрендинг	УК-5
	Маркетинговые коммуникации	УК-5
	Неценовая конкуренция	УК-5
	Интегрированные маркетинговые коммуникации	УК-5
	Путь покупателя. Рекламная кампания	УК-5
	AI маркетинг	УК-5
	Дифференцированный маркетинг	УК-5
	Концентрированный маркетинг	УК-5
	Маркетинг взаимоотношений	УК-5
	Партнерский маркетинг	УК-5
	Поведенческий маркетинг	УК-5
	Праздничный маркетинг	УК-5

	Событийный маркетинг	УК-5
	Управление маркетингом	УК-5
	Управление маркетингом	УК-5

Таблица 13

**Материалы, необходимые для оценки умений и владений
(примерные практико-ориентированные задания)**

№ п/п	Темы примерных практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1.	Терминология маркетинга (рынок; товар; услуга; маркетинг; демаркетинг, ремаркетинг и т.д.)	УК-5
2.	Назовите основные функции маркетинга	УК-5
3.	Назовите основные объекты и содержание маркетинговых исследований.	УК-5
4.	Характеристика пирамиды потребностей А. Маслоу	УК-5
5.	Графическое изображение SWOT-анализа предприятия.	УК-5
6.	Графическое изображение процесса ценообразования	УК-5
7.	Основные составляющие коммуникационной политики предприятия туристической индустрии	УК-5
8.	По характеристике особенностей культурного продукта, определить стратегию продвижения и аргументировать ответ	УК-5
9.	Дать характеристику особенностей культурных продуктов для разных групп населения	УК-5

**6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов,
эссе и творческих заданий по дисциплине**

Написание рефератов (эссе, творческих заданий) не предусмотрено.

6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена.

**6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля
формирования компетенций**

6.3.4.1. Планы семинарских занятий

Семинарские занятия учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.2. Задания для практических занятий

Практическая работа № 1. Тема «Товар и его продвижение»
(творческое задание)

Цель работы освоить практические подходы, методики применения современных особенностей создания культурного продукта и его продвижения

Задание и методика выполнения: на основании лекционного материала, собственных теоретических исследований, сформулируйте свой взгляд на следующие вопросы (не более 1 страницы на каждый пункт).

1. Каким конкурентным преимуществом обладает продукт? (технологическое, ресурсное, рыночное, инновационное, культурное, управленческое)

2. На каком этапе жизненного цикла находится продукт? Обоснуйте
3. Опишите ассортиментную матрицу продукта по группам (локомотивы, сопутствующие, статусные, заменители, комплексные).
4. Влияющие на ценообразование факторы и группы методов ценообразования культурного продукта (факторы: себестоимость, позиционирование, конкуренция, ЖЦТ, экономическая ситуация, правовые нормы, восприятие цены потребителем; группы методов: затратные, рыночные, параметрические, промежуточные).
5. Цепочка ценности продукта.
6. Премиум-сегмент.
7. Вывод и рекомендации по улучшению ситуации.

Практическая работа № 2. Тема «Маркетинг: актуальный инструментарий» (творческое задание)

Цель работы освоить практические подходы, методики применения современных маркетинговых инструментов для конкретного культурного продукта.

Задание и методика выполнения: на основании лекционного материала, собственных теоретических исследований, сформулируйте свой взгляд на следующие вопросы (не более 1 страницы на каждый пункт).

1. Обоснуйте выбор наиболее подходящих маркетинговых инструментов для создаваемого Вами культурного продукта (ориентировочно – 3).
2. Опишите возможности их применения и оцените потенциальную результативность.
3. Определите бюджет маркетинга при их применении.
4. Сформулируйте обоснование и алгоритм их внедрения в организации. изучаемого сегмента рынка с общими тенденциями туристического рынка.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий

Мелкогрупповые/индивидуальные занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока)

Контрольная работа в учебном процессе не используется.

6.3.4.5. Тестовые задания

Тестовые задания включены в фонд оценочных средств. Используются тестовые задания в форме выбора одного, двух и более правильных ответов из предложенных, установление соответствия (последовательности), кейс-задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (утв. приказом Министерства образования и науки РФ № 301 от 05.04.2017) и локальными актами (положениями) образовательной организации «Об организации учебной работы» (утв. 25.09.2017), «О порядке проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. 25.09.2017), «О порядке проведения промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. 24.09.2018).

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине отражены в 4 разделе «Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий».

Анализ и мониторинг промежуточной аттестации отражен в сборнике статистических материалов: «Итоги зимней (летней) зачетно-экзаменационной сессии».

2. Для подготовки к промежуточной аттестации рекомендуется пользоваться фондом оценочных средств:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.1);
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. п. 6.2);
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.3).

3. Требования к прохождению промежуточной аттестации зачет. Обучающийся должен:

- принимать участие в семинарских занятиях;
- своевременно и качественно выполнять практические работы;
- своевременно выполнять самостоятельные задания;
- пройти промежуточное тестирование.

4. Во время промежуточной аттестации используются:

- список теоретических вопросов и база практических заданий, выносимых на зачет;
- описание шкал оценивания;
- справочные, методические и иные материалы.

1. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья фонды оценочных средств адаптированы за счет использования специализированного оборудования для инклюзивного обучения. Форма проведения текущей и итоговой аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т. п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы¹

1. Лесников, А. М. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Электронное учебное пособие : учебное пособие / А. М. Лесников. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. — 191 с. — ISBN 978-5-94047-576-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/63769> (дата обращения: 15.04.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление : Учеб. / Р. И. Бунеева. - Ростов на Дону : Феникс, 2012. - 350с. - (<http://rucont.ru>).
3. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика : учеб. / О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили, И.И. Пичурин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - (<http://rucont.ru>).

7.2. Информационные ресурсы

7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Базы данных:

¹Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья печатными и электронными образовательными ресурсами осуществляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Единое окно доступа к информационным ресурсам.– Режим доступа: <http://window.edu.ru>
Единый портал интернет-тестирования в сфере образования. – Режим доступа: www.i-exam.ru

«Киберленинка» Научная электронная библиотека.– Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>

Научная электронная библиотека E-library .– Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

Национальная электронная библиотека – Режим доступа:<http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>

Национальный открытый университет.– Режим доступа :<http://www.intuit.ru/>

Образовательный ресурс по AdobePhotoshop.– Режим доступа: <http://photoshoplessons.ru/>

Росинформкультура: рос.система науч.-информ. Обеспечения культур. Деятельности: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://infoculture.rsl.ru/RSKD/main.htm>

Российская книжная палата.– Режим доступа: <http://www.bookchamber.ru/>

ФГУП НТЦ «Информрегистр» .– Режим доступа:<http://infoereg.ru/about/itemlist/category/49-obshhie-svedeniya>

ЭБС «Лань» – Режим доступа:<http://e.lanbook.com>

ЭБС «Руcont» — Режим доступа: <http://rucont.ru>

Электронная библиотека диссертаций РГБ – Режим доступа:<http://www.dslib.net>;

Polpred.com. Обзор СМИ. Россия и зарубежье – Режим доступа: <http://polpred.com/news>

WebofSciense – Режим доступа: <https://webofscience.com>.

Информационные справочные системы:

Гарант,

Консультатнт+

7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

<http://www.intuit.ru/> – Национальный открытый университет

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Комплексное изучение обучающимися дисциплины предполагает: овладение материалами лекций, учебной и дополнительной литературой, указанной в рабочей программе дисциплины; творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Основой для подготовки обучающегося к семинарским занятиям являются лекции и издания, рекомендуемые преподавателем (см. п. 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы).

Основной целью практических занятий является отработка профессиональных умений и владений навыками. В зависимости от содержания практического занятия могут быть использованы методики интерактивных форм обучения. Основное отличие активных и интерактивных упражнений и заданий в том, что они направлены не только и не столько на закрепление уже изученного материала, сколько на изучение нового.

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинг и маркетинговые исследования», «Маркетинг услуг» (задания для самостоятельной работы см. в Разделе 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине).

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с обучающимися в ходе изучения материала данной дисциплины.

Выбор методов обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется с учетом особенностей восприятия ими учебной информации, содержания обучения, методического и материально-технического обеспечения. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

Таблица 14

Оценочные средства по дисциплине с учетом вида контроля

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
Аттестация в рамках текущего контроля	Средство обеспечения обратной связи в учебном процессе, форма оценки качества освоения образовательных программ, выполнения учебного плана и графика учебного процесса в период обучения студентов.	Текущий (аттестация)
Доклад	Средство оценки владения навыками публичного выступления по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Текущий (в рамках самостоятельной работы и семинара)
Экзамен	Форма отчетности обучающегося, определяемые учебным планом. Экзамен служит для оценки работы обучающегося в течение срока обучения по дисциплине (модулю) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения владения навыками самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.	Промежуточный
Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Текущий (в рамках семинара)
Практическая работа	Оценочное средство для закрепления теоретических знаний и отработки владения навыками и умений, способности применять знания при решении конкретных задач.	Текущий (в рамках практического занятия, сам. работы)
Ситуационные задания	Задания, выполняемые обучающимися по результатам пройденной теории, включающие в себя не вопрос – ответ, а описание осмысленного отношения к полученной теории, т. е. рефлексия, либо применение данных теоретических знаний на практике.	Текущий (в рамках практического занятия, семинара или сам. работы)

Творческое задание	Учебные задания, требующие от обучающихся не простого воспроизводства информации, а <u>творчества</u> , поскольку содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов в решении поставленной в задании проблемы. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Текущий (в рамках самостоятельной работы, семинара или практического занятия)
Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Текущий (в рамках входной диагностики, контроля по любому из видов занятий), промежуточный

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения учебных занятий по дисциплине оснащены оборудованием (учебная мебель) и техническими средствами обучения (компьютерная техника, мультимедийное оборудование, проводной интернет).

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

– лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение: Microsoft Windows, Microsoft Office 2007, Google Chrome, Internet Explorer

Лист изменений в рабочую программу дисциплины

В рабочую программу дисциплины внесены следующие изменения и дополнения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2024/25	Протокол № 11 от 27.05.2024	-	Без изменений
2025/26	Протокол № 8 от 26.05.2025	-	Без изменений
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026		
2027/28	Протокол № ДД.ММ.ГГГГ		

Учебное издание

Автор-составитель

Елена Викторовна Семенова

МАРКЕТИНГ

Рабочая программа дисциплины

программа бакалавриата

«Управление организацией в сфере культуры»

по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность

квалификация: бакалавр

Печатается в авторской редакции

Подписано к печати

Формат 60х84/16

Заказ

Объем 1,4 п. л.

Тираж 100 экз.

Челябинский государственный институт культуры

454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а

Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф