

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И РЫБОХО-
ЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Институт Экономики и Управления АПК
Кафедра Менеджмента в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института ЭиУ АПК

Шапорова З.Е.

"31"03. 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Красноярский ГАУ

Пыжикова Н.И.

"31"03. 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ДИРЕКТ-МАРКЕТИНГ

ФГОС ВО

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
(код, наименование)

Направленность (профиль) «Маркетинг и цифровые коммуникации»

Курс 2

Семестр (ы) 3

Форма обучения очно-заочная

Квалификация выпускника магистр

Красноярск, 2022

Составители: Колоскова Ю.И., канд.экон.наук, доцент

«17» 03 2022 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 «Менеджмент», профессиональным стандартам:

Профессиональный стандарт Маркетолог № 366н от 04.06.2018 (08.035)

Профессиональный стандарт Специалист по интернет-маркетингу № 95н от 19.02.2019 (06.043)

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 7 «21» 03. 2022 г.

Зав. кафедрой Далисова Н.А., канд.экон.наук., доцент «19» 03 2022г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Экономики и Управления АПК протокол № 7 «21» 03 2022 г.

Председатель методической комиссии

Рожкова А.В., ст.преподаватель кафедры менеджмента в АПК

«21» 03 2022 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Далисова Н.А., канд.экон.наук., доцент

«21» 03 2022 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ	4
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
4.1. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4.2. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4.3. ЛЕКЦИОННЫЕ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	6
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	7
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ	7
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>7</i>
<i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	<i>8</i>
<i>Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	<i>9</i>
4.5.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы.....</i>	<i>9</i>
<i>Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы</i>	<i>9</i>
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	9
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	10
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9).....	10
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»).....	10
6.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	10
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	12
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.2
9.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	12
9.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	12
<i>Изменения</i>	<i>154</i>

Аннотация

Дисциплина «Директ-маркетинг» является дисциплиной по выбору для подготовки обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг и цифровые коммуникации». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Менеджмента в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции: (ПК-1; ПК-2).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, комплекса теоретических знаний и практических умений, касающихся сущности, роли и основных особенностей директ-маркетинга, как одного из инструментов системы продвижения.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, самостоятельная работа).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, кейса, опроса, коллоквиума и промежуточный контроль в форме зачета.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные 18 часов, практические 18 часа, самостоятельная работа студента (72 часа).

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Директ-маркетинг» включена в ОПОП, и является факультативной дисциплиной.

В рамках освоения дисциплины «Директ-маркетинг» обучающиеся изучают следующие разделы:

1. Теоретические аспекты использования инструментов директ-маркетинга.
2. Разработка директ-стратегии в управлении предприятием.

Контроль знаний обучающихся проводится в форме текущего и промежуточных контролей, промежуточной аттестации в виде зачета.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью курса «Директ-маркетинг» является: эффективно использовать этот инструмент в налаживании доверительных отношений с клиентами и совершенствовании каналов распределения продукции (услуг).

Задачи дисциплины:

- предоставление теоретических и методологических знаний в области директ-маркетинга и его места в системе маркетинговых коммуникаций и системе организации каналов распределения;
- познакомить студентов с современными подходами к маркетинговым коммуникациям;
- приобретение студентами навыков применения инструментов директ-маркетинга;
- развитие у студентов способностей, связанных с принятием решений и разработке мероприятий по реализации мероприятий в области директ-маркетинга.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код, наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижений компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Способен формировать маркетинговые стратегии организации	ПК -1 И-2 - Организует работу в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности	Знать: правила планирования директ-маркетинговой кампании; принципы составления директ-мейл пакетов; каналы директ-маркетинга; методы анализа баз данных; значение колл-центра для реализации директ-маркетинга; механизмы откликов потребителей; возможности директ-маркетинга для формирования программ лояльности. Уметь: определять наиболее эффективный канал директ-маркетинга; разрабатывать директ-маркетинговую кампанию; составлять директ-мейл пакет; формировать эффективное предложение; анализировать базы данных; управлять откликами потребителей; использовать директ-маркетинг при разработке программ лояльности. Владеть: навыками планирования и реализации директ-маркетинга.
ПК-2 Способен разрабатывать стратегии продвижения организации, осуществляет контроль за реализацией стратегии в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-2. И-1 -Составляет систему показателей и разрабатывает этапы реализации стратегии продвижения;	
	ПК-2.И-2 -Планирует работу по продвижению проекта на каждом этапе реализации стратегии;	
	ПК- 2.И-2 -Вносит оперативные изменения с учетом выявленных причин расхождений.	

3. Организационно-методические данные дисциплины

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	по семестрам
			№2
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108	108
Контактная работа	1	36	36
в том числе:			
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме		18	18/6
Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме		18	18/6
Самостоятельная работа (СРС)	2	72	72
в том числе:			
самостоятельное изучение тем и разделов		54	54
самоподготовка к текущему контролю знаний		9	9
подготовка и сдача зачета		9	9
Вид контроля:			зачет

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Тематический план						
№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	практические или семинарские занятия	СРС	
1	Теоретические аспекты использования инструментов директ-маркетинга.	52	8	8	36	опрос, задания, кейс
2	Разработка директ-стратегии в управлении предприятием.	56	10	10	36	
	Итого	108	18	18	72	Зачет

4.2. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1 Теоретические аспекты использования инструментов директ-маркетинга.

Модульная единица 1 Сущность директ - маркетинга

Модульная единица 2 Управление отношениями с клиентами

Модуль 2 Разработка директ-стратегии в управлении предприятием

Модульная единица 1 Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании

Модульная единица 2 Расчет бюджета директ-маркетинговой кампании.

4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса				
№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Теоретические аспекты использования инструментов директ-маркетинга.		коллоквиум	8/2
	Модульная единица 1 Сущность директ - маркетинга	Лекция 1 - Директ-маркетинг: понятие, место в системе маркетинговых коммуникаций (лекция-беседа)	опрос	2/2
		Лекция 2 - Адресные базы данных в директ-маркетинге: разработка и управление.	опрос	2
	Модульная единица 2 Управление отношениями с клиентами	Лекция 1 – Основные каналы директ- маркетинга в поиске ключевых клиентов	опрос	2
		Лекция 2 – Технология личной продажи.	опрос	2

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
2.	Модуль 2 Разработка директ-стратегии в управлении предприятием		коллоквиум	10/4
	Модульная единица 1 Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	Лекция 1 – Разработка уникальных предложений	опрос	2
		Лекция 2 – Стимулирование отклика	опрос	4\2
	Модульная единица 2 Расчет бюджета директ-маркетинговой кампании.	Лекция 1 – Бюджетирование затрат.	опрос	2
		Лекция 2 – Аналитика эффективности и отчет по реализации стратегии.	опрос	2
	Итого		Зачет	18/6

4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Теоретические аспекты использования инструментов директ-маркетинга.		кейс, тестирование	8/2
	Модульная единица 1 Сущность директ - маркетинга	Занятие № 1. Директ-маркетинг: понятие, место в системе маркетинговых коммуникаций	Практическое задание	2
		Занятие № 2 Адресные базы данных в директ-маркетинге: разработка и управление	Практическое задание	2
	Модульная единица 2 Управление отношениями с клиентами	Занятие № 1. Основные каналы директ- маркетинга в поиске ключевых клиентов	Практическое задание	2/2
		Занятие № 2. Технология личной продажи.	Практическое задание	2
2.	Модуль 2 Разработка директ-стратегии в управлении предприятием		кейс, тестирование	10/4
	Модульная единица 1 Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	Занятие №1 Разработка уникальных предложений	Практическое задание	2
		Занятие № 2 Технология личной продажи.	Практическое задание	4/4
	Модульная единица 2 Расчет бюджета директ-маркетинговой кампании.	Занятие №1 Бюджетирование затрат.	Практическое задание	2
		Занятие №2. Аналитика эффективности и отчет по реализации стратегии продвижения контента.	Практическое задание	2
	Итого		Зачет	18/6

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
Модуль 1 Теоретические аспекты использования инструментов директ-маркетинга.			26
1	Модульная единица 1 Сущность директ - маркетинга	Понятие и преимущества маркетинга по каталогу. Обеспечение эффективной работы каталога. Позиционирование каталога. Прием и исполнение заказов по каталогу. Интернет и торговля по каталогу. Виды расходов на производство каталога. Механизмы измерения ключевых показателей производительности. Понятие и преимущества телемаркетинга. Сферы применения телесервиса. Обеспечение эффективной работы телемаркетинга. Виды телемаркетинга. Входящий телесервис. Исходящий телесервис. Затраты на телемаркетинг. Механизмы измерения ключевых показателей производительности. Понятие и преимущества рекламы, предполагающей прямой ответ. Виды рекламы, предполагающей прямой ответ заказчикам.	12
2	Модульная единица 2 Управление отношениями с клиентами	Понятие, значение и цели управления отношениями с клиентами. Причины развития управления отношениями с клиентами. Программы контактов с клиентами. Применение систем управления отношениями с клиентами. Выбор систем управления с клиентами. Инструменты управления отношениями с клиентами в маркетинге. Компоненты систем управления отношениями с клиентами. Укрепление связей с 10 клиентами. Принципы разработки стратегии связи с потребителями. Электронное управление отношениями с клиентами. Создание потребительской лояльности. Маркетинг взаимоотношений с потребителем.	14
Модуль 2 Разработка директ-стратегии в управлении предприятием			28
3	Модульная единица 1 Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	Понятие директ – маркетинговой компании. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые компании. Условия их использования. Факторы, влияющие на продол-	18

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
		жительность директ – маркетинговой компании. Планирование целей директ – маркетинговой компании. Выбор каналов отклика. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.	
4	Модульная единица 2 Расчет бюджета директ-маркетинговой кампании.	Факторы влияющие на формирование предложения: цена, перевозка и доставка, единица продажи, дополнительные преимущества, обязательство на будущую покупку, возможность покупки в кредит, стимулы, временные ограничения, количественные ограничения, гарантии. Разработка уникальных предложений. Продвижение предложения: предложение бесплатных подарков, предложение типа «приведи друга». Предложения: краткосрочный и долгосрочный эффект	10
подготовка к текущему контролю знаний			9
подготовка к зачету			9
ВСЕГО			72

4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы

Не предусмотрено учебным планом

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ПК-1 Способен самостоятельно осуществить аналитический проект в области менеджмента организации	M1 М.ед.1 М.ед.2	M1,2 М.ед.1 М.ед.2	M1 М.ед.1 М.ед.2		Опрос, Практические ситуации, зачет
ПК-2 Способен разрабатывать стратегии продвижения организации, осуществ	M2 М.ед.1 М.ед.2	M1,2 М.ед.1 М.ед.2	M2 М.ед.1 М.ед.2		Опрос, Практи-

Компетенции	Лек-ции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ствяет контроль за реализацией стратегии в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".					ческие ситуации, зачет

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

- Электронная- библиотечная система «Лань» e.lanbook.com
- Электронная библиотечная система «Юрайт» www.biblio-online.ru/
- Электронная библиотечная система «AgriLib» <http://ebs.rgazu.ru/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU elibrary.ru

Информационные справочные системы:

- Справочно-правовая система КонсультантПлюс
- Информационно – аналитическая система «Статистика»

6.3. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

2. Офисный пакет приложений MicrosoftOffice (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

3. Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; AcrobatProfessional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

4. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

5. Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6a» (бесплатно распространяемое ПО).

Таблица 9

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Менеджмента в АПК Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг и цифровые коммуникации»
 Дисциплина «Директ-маркетинг»

Вид занятия	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
	<i>Основная литература</i>									
Лекции, практические занятия	Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов	Хуссейн, И. Д.	Юрайт	2022		+				https://urait.ru/book/cifrovye-marketingovye-kommunikacii-520372
Лекции, практические занятия	Электронная коммерция	Л. П. Гаврилов	Юрайт	2022		+				https://urait.ru/book/elektronnaya-kommerciya-510301
Лекции, практические занятия	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1	Чернышева А. М., Якубова Т. Н.	Юрайт	2022		+				https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-v-2-ch-chast-1-490013

Директор библиотеки

Р.А. Зорина

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация обучающихся производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- опрос;
- выполнение практических ситуаций;
- кейсы.

Рейтинг – план дисциплины «Директ-маркетинг»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	52	40
2	Модуль № 2	56	40
	Зачет		20
	Итого	108	100

• Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ					Итого
		Ситуацион- ные задания	Опрос	Тестирование	кейс	Зачет	
1	Модуль № 1	10	10	10	10	-	40
2	Модуль № 2	10	10	10	10	-	40
	Зачет	-	-	-	-	20	20
	Итого	20	20	20	20	20	100

Промежуточный контроль (зачет)

Промежуточный контроль по результатам семестрам по дисциплине проходит в форме контрольного итогового тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю обучающийся должен набрать необходимое количество баллов по итогам текущей аттестации – **40-80** баллов.

Итоговое тестирование включает в себя тестирующие материалы по всему курсу «Управление коммерциализацией инноваций» (10 тест-заданий в одном варианте).

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 85-100% тестирующих материалов (1-2 ошибки), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 70-85% тестирующих материалов (3 ошибки), получает - 18 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-70% (4 ошибки) тестирующих материалов, получает - 16 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы на менее чем 60% тестирующих материалов, не набирает баллов и приходит на контрольное тестирование повторно.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации и принимается решение по следующим критериям:

До 65 – не зачтено

65 - 100- зачтено.

Обучающимся, не сдавшим зачет или не явившимся для сдачи зачета в установленный срок, предоставляется возможность пройти повторную промежуточную аттестацию в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей: http://www.kgau.ru/new/news/news/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 1-41 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой, 44 И). Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук AcerAspire 5, переносной экран на треноге MediumProfessional, переносной проектор EpsonEB.

Помещение для самостоятельной работы 3-13 (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И») мебелью, общая локальная компьютерная сеть Internet, 11 компьютеров на базе процессора IntelCeleron в комплектации с мониторами Samsung, LG, Aser, Viewsonic и др. внешними периферийными устройствами, Приспособлено частично

9. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно –групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение семестра: для обучающихся – 3 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность:

- изучение отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Обучающиеся перед преподаванием дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач;
- кейсов;

- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - 1.1 размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - 1.2 присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - 1.3 выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - 2.1 надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - 3.1 возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	• в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в форме электронного документа
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в форме электронного документа;

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработал:

Колоскова Ю.И., канд.экон.наук. доцент

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу по дисциплине
«Директ-маркетинг»
по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»,

Представленная на рецензию рабочая программа оформлена с соблюдением предъявленных требований к оформлению рабочих программ. Наполнение материалом и содержательная сторона рабочей программы в полной мере соответствует заявленным областям профессиональной деятельности и профессиональным стандартам для подготовки обучающихся по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Дисциплина "Директ-маркетинг" является элементом обязательной части учебного плана по подготовке обучающихся по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Предложенные в программе перечень тем лекций и их содержание позволяют получить необходимые теоретические знания в области менеджмента с целью выработки экономических и административно-управленческих решений.

Программа проведения практических занятий, предложенные в ней образовательные технологии, позволяют достичь заявленной цели, а также сформировать необходимые компетенции у обучающихся и подготовить их к изучению учебных курсов, опирающихся на дисциплину.

Предложенная в программе система контрольных процедур и средства их обеспечения позволяют оценить степень освоения обучающимся материала дисциплины и качество сформированных компетенций необходимых для дальнейшей профессиональной деятельности.

Анализ учебно-методического и информационного обеспечения, заявленного в рабочей программе, в полной мере способствует развитию и закреплению полученного материала в рамках контактной работы.

Считаю, что представленная на рецензию рабочая программа полностью удовлетворяет требованиям и может быть использована для подготовки обучающихся по дисциплине " Директ-маркетинг " по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Лобков Константин Юрьевич
канд.экон.наук, доцент,
директор института Инженерной экономики
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки
и технологий имени академика М.Ф.Решетнева



