

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«БРАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра воспроизводства и переработки лесных ресурсов

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе

_____ Е.И. Луковникова

« ____ » _____ 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИСТОРИЯ МАРКЕТИНГА В ЛЕСНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Б1.В.ДВ.08.02

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

15.03.02 Технологические машины и оборудование

ПРОФИЛЬ ПОДГОТОВКИ

Машины и оборудование лесного комплекса

Программа академического бакалавриата

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ДИСЦИПЛИНЫ	4
3.1 Распределение объёма дисциплины по формам обучения.....	4
3.2 Распределение объёма дисциплины по видам учебных занятий и трудоемкости	4
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
4.1 Распределение разделов дисциплины по видам учебных занятий	5
4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам	6
4.3 Лабораторные работы.....	6
4.4 Семинары / практические занятия.....	6
4.5 Контрольные мероприятия: курсовой проект (курсовая работа), контрольная работа, РГР, реферат.....	6
5. МАТРИЦА СООТНЕСЕНИЯ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ К ФОРМИРУЕМЫМ В НИХ КОМПЕТЕНЦИЯМ И ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	8
6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	9
7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО – ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	10
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	10
9.1 Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ	12
9.2. Методические указания для обучающихся по выполнению контрольной работы	17
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	18
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	18
Приложение 1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	19
Приложение 2. Аннотация рабочей программы дисциплины	23
Приложение 3. Протокол о дополнениях и изменениях в рабочей программе	24

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

Вид деятельности выпускника

Дисциплина охватывает круг вопросов, относящихся к научно-исследовательскому видам профессиональной деятельности выпускника в соответствии с компетенциями и видами деятельности, указанными в учебном плане.

Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины является подготовка бакалавров к самостоятельному решению экономических задач в лесной промышленности с использованием новейших достижений науки и техники.

Задачи дисциплины: дать студентам теоретические основы маркетинговой деятельности; привить навыки самостоятельного использования теоретических знаний в практической деятельности, научить обосновывать управленческие решения в условиях рыночной экономики, привить навыки самообразования и самосовершенствования, уметь отслеживать тенденции развития и дальнейшего совершенствования предприятий лесного комплекса.

Код компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<p>знать: методические и нормативные руководящие материалы, касающиеся выполняемой работы; методы исследования, правила и условия выполнения работ, основные техно-сферные опасности, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду; основные понятия и определения теории маркетинга</p> <p>уметь: выполнять работы в области научно-технической деятельности по проектированию, информационному обслуживанию, организации и планированию производства, труда и управлению, техническому контролю в машиностроении, пользоваться основными терминами и понятиями в области маркетинга;</p> <p>владеть: методами проведения комплексного технико-экономического анализа в машиностроении для обоснованного принятия решений, изыскания возможности сокращения цикла работ.</p>
ПК-3	Способность принимать участие в работах по составлению научных отчетов по выполненному заданию и внедрять результаты исследований и разработок в области технологических машин и оборудования	<p>знать: сущность содержания маркетинга, его функции и принципы; цели, объекты, методы и модели маркетинговых исследований; характеристику товара, направления и пути осуществления товарной политики;</p> <p>уметь: применять методы проведения комплексного технико-экономического анализа в машиностроении для обоснованного принятия решений;</p> <p>владеть: методами проведения комплексного технико-экономического анализа с обеспечением необходимых технических данных в машиностроительном производстве</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.02 История маркетинга в лесной промышленности относится к вариативной части.

Дисциплина История маркетинга в лесной промышленности базируется на знаниях, полученных при изучении таких учебных дисциплин, как: Основы маркетинга, организация и планирование производства на предприятиях лесного комплекса, управление инновациями, управление в технических системах, защита интеллектуальной собственности.

Основываясь на изучении перечисленных дисциплин, История маркетинга в лесной промышленности представляет основу для преддипломной практики и подготовки к государственной итоговой аттестации.

Такое системное междисциплинарное изучение направлено на достижение требуемого ФГОС уровня подготовки по квалификации бакалавр.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Распределение объема дисциплины по формам обучения

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах						Курсовая работа (проект), контрольная работа, реферат, РГР	Вид промежуточной аттестации
			Всего часов (с экз.)	Аудиторных часов	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Очная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Заочная	5	-	72	10	4	-	6	58	-	зачет
Заочная (ускоренное обучение)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Очно-заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

3.2. Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий и трудоемкости

Вид учебных занятий	Трудоемкость (час.)	в т.ч. в интерактивной, активной, инновационной формах, (час.)	Распределение по курсам, час
			5
1	2	3	4
I. Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	10	6	10
Лекции (Лк)	4	4	4
Практические занятия (ПЗ)	6	2	6
Групповые (индивидуальные) консультации*	+	-	+

II. Самостоятельная работа обучающихся (СР)	58	-	58
Подготовка к практическим занятиям	28	-	28
Подготовка к зачету	30	-	30
III. Промежуточная аттестация зачет	+	-	+
Общая трудоемкость дисциплины час.	72	-	72
зач. ед.	2	-	2

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Распределение разделов дисциплины по видам учебных занятий

- для заочной формы обучения:

№ раздела и темы	Наименование раздела и тема дисциплины	Трудоемкость, (час.)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость; (час.)		
			учебные занятия		самостоятельная работа обучающихся*
			лекции	практические занятия	
1	2	3	4	5	6
1.	Методология маркетинга на предприятиях лесной промышленности	30	2	3	25
1.1.	Особенности маркетинга в лесной промышленности	8,5	0,5	1	7
1.2.	Особенности продвижения товара в лесопромышленном производстве.	9,5	0,5	1	8
1.3.	Оценка и выбор внешнего рынка	12	1	1	10
2.	Управление маркетингом на предприятиях лесной промышленности	38	2	3	33
2.1.	Эволюция развития маркетинга и концепции маркетинга в лесной сфере	19	1	1,5	16,5
2.2.	Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных при проведении маркетингового исследования на предприятия лесной промышленности	19	1	1,5	16,5
	ИТОГО	68	4	6	58

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам

<i>№ раздела и темы</i>	<i>Наименование раздела и темы дисциплины</i>	<i>Содержание лекционных занятий</i>	<i>Вид занятия в интерактивной, активной, инновационной формах, (час.)</i>
1	2	3	4
1.	Методология маркетинга на предприятиях лесной промышленности		-
1.1.	Особенности маркетинга в лесной промышленности	История становления маркетинга Маркетинг: его сущность, становление. Понятие нужд, потребностей, запросов, товара, обмена, сделки и рынка. Управление маркетингом.	Компьютерные презентации (0,5 час.)
1.2.	Особенности продвижения товара в лесопромышленном производстве.	Концепции в маркетинге. Концепция совершенствования производства; концепция совершенствования товара; концепция интенсификации коммерческих усилий; концепция маркетинга; концепция социально-этический маркетинг. Цели и функции системы маркетинга	Компьютерные презентации (0,5 час.)
1.3.	Оценка и выбор внешнего рынка	Маркетинговые исследования. Исследование рынка, потребителей, конкурентов, структуры рынка, товаров, цены, товародвижения и продаж, системы стимулирования и рекламы, внутренней среды предприятия. Основные методы и процедура маркетинговых исследований.	Компьютерные презентации (0,5 час.)
2.	Управление маркетингом на предприятиях лесной промышленности		-
2.1.	Эволюция развития маркетинга и концепции маркетинга в лесной сфере	Методология управления маркетингом на предприятиях лесной промышленности. Принципы планирования и основные задачи планирования в маркетинге. Информационное и коммуникационное обеспечение управления маркетингом в лесной промышленности. Контроль в маркетинге..	Компьютерные презентации (1,5 час.)
2.2.	Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных при проведении маркетингового	Организация маркетинга на предприятии. Современные концепции внутрифирменного управления. Маркетинговые структуры предприятия. Службы маркетинга на предприятии: организационная структура; основные	Компьютерные презентации (1 час.)

исследования на предприятия лесной промышленности	задачи и функции подразделений службы маркетинга	
---------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	--

4.3. Лабораторные работы

Учебным планом не предусмотрено

4.4. Практические занятия

<i>№ п/п</i>	<i>Номер раздела дисциплины</i>	<i>Наименование тем практических занятий</i>	<i>Объем (час.)</i>	<i>Вид занятия в интерактивной, активной, инновационной формах, (час.)</i>
1.	1.	Отраслевые особенности лесничества, организации, предприятия в рыночной экономике.	1	Компьютерные презентации (1 час)
2.		Трудовые ресурсы, нормирование и оплата труда.	1	-
3.		Издержки производства и себестоимость продукции, работ и услуг.	1	-
4.	2.	Ценообразование. Прибыль и рентабельность в лесной сфере.	1,5	Компьютерные презентации (1 час)
5.		Маркетинговая деятельность на предприятиях лесной промышленности.	1,5	-
ИТОГО			6	2

4.5. Контрольные мероприятия

учебным планом не предусмотрены

5. МАТРИЦА СООТНЕСЕНИЯ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ К ФОРМИРУЕМЫМ В НИХ КОМПЕТЕНЦИЯМ И ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>№, наименование разделов дисциплины</i>	<i>Компетенции</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Компетенции</i>		<i>Σ комп.</i>	<i>t_{ср}, час</i>	<i>Вид учебных занятий</i>	<i>Оценка результатов</i>
			<i>ОК</i>	<i>ПК</i>				
			<i>3</i>	<i>3</i>				
1		2	3	4	5	6	7	8
1. Методология маркетинга на предприятиях лесной промышленности		30	+	+	2	15	Лк, ПЗ, СР	Зачет
2. Управление маркетингом на предприятиях лесной промышленности		38	+	+	2	19	Лк, ПЗ, СР	Зачет
<i>всего часов</i>		68	34	34	2	34		

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Иган, Джон Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов. / Дж. Иган; пер. с англ. [Е.Э. Лалаян]. - 2-е изд. - М.: ЮНИТА –ДАНА, 2015. - 375 с. - (Серия «Зарубежный учебник») http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114710&sr=1

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	<i>Наименование издания</i>	<i>Вид занятия</i>	<i>Количество экземпляров в библиотеке, шт.</i>	<i>Обеспеченность, (экз./ чел.)</i>
1	2	3	4	5
Основная литература				
1.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник/ Под ред. Проф. Ю.В. Морозова, доц. В.Т. Гришиной. – 9-е изд.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко» 2016. – 448 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=418086&sr=1	Лк, СР, ПЗ	(ЭР)	1
2	Иган, Джон Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов. / Дж. Иган; пер. с англ. [Е.Э. Лалаян]. - 2-е изд. – М.: ЮНИТА –ДАНА, 2015. - 375 с. - (Серия «Зарубежный учебник») http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114710&sr=1	Лк, СР, ПЗ	ЭР	1
Дополнительная литература				
3	Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник для вузов./Е.П. Голубев – М.: Финпресс, 1999. – 651 с.	Лк, СР, ПЗ	16	1
4	Васильев, Г.А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг: учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)/ Г.А. Васильев, Е.М. Деева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 192 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114559&sr=1	ПЗ	ЭР	1

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО - ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Электронный каталог библиотеки БрГУ http://irbis.brstu.ru/CGI/irbis64r_15/cgiirbis_64.exe?LNG=&C21COM=F&I21DBN=BOOK&P21DBN=BOOK&S21CNR=&Z21ID=
2. Электронная библиотека БрГУ <http://ecat.brstu.ru/catalog>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» <http://biblioclub.ru>
4. Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань» <http://e.lanbook.com>
5. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru>
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru>

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины предполагает усвоение теоретического материала на лекциях, выполнение практических занятий с целью получения навыков работы с персональным компьютером, применение изученного материала для выполнения заданий по самостоятельной работе, а также промежуточный контроль в виде зачета.

Основной задачей лекции является раскрытие содержания темы, разъяснение ее значения, выделение особенностей изучения. В ходе лекции устанавливается связь с предыдущей и последующей темами, а также с другими областями знаний, определяются направления самостоятельной работы студентов.

В конце лекции преподаватель ставит задачи для самостоятельной работы, дает рекомендации по изучению литературы, оптимальной организации самостоятельной работы, чтобы при наименьших затратах времени получить наиболее высокие результаты.

С целью успешного освоения лекционного материала рекомендуется осуществлять его конспектирование. Механизм конспектирования лекции составляют: - восприятие смыслового сегмента речи лектора с одновременным выделением значимой информации; - выделение информации с ее параллельным свертыванием в смысловой сегмент; - перенос смыслового сегмента в знаковую форму для записи посредством выделенных опорных слов; - запись смыслового сегмента с одновременным восприятием следующей информации.

На лекциях, темы и разделы дисциплины, освящаются в связке и логической последовательности. Рекомендуется особое внимание обращать на проблемные моменты, акцентируемые преподавателем. Именно на эти моменты будет обращено внимание при проведении практических занятий и на промежуточном контроле.

В основе подготовки к практическим занятиям лежит самостоятельная работа обучающихся по заданиям, заранее выданным преподавателем, и работа с учебной и методической литературой. Практические занятия направлены на развитие у обучающихся навыков в исследовательской деятельности и основными инструментами инновационной деятельности для повышения эффективности деятельности организации; коллективное обсуждение наиболее важных проблем изучаемого курса, решение практических задач и разбор конкретных ситуаций.

Основные цели и задачи, которые должны быть достигнуты в ходе выполнения самостоятельной работы, следующие: углубление и закрепление знаний по дисциплине; способствование развитию у обучающегося навыков работы с научной литературой, статистическими данными; развитие навыков практического применения полученных знаний.

Самостоятельную работу по дисциплине следует начать сразу же после занятия. Для работы необходимо ознакомиться с учебным планом группы и установить, какое количество часов отведено в целом на изучение дисциплины, а также на самостоятельную работу. Далее следует ознакомиться с графиком организации самостоятельной работы обучающихся и строить свою самостоятельную работу в течение семестра в соответствии с данным

графиком. При этом целесообразно начинать работу по любой теме дисциплины с изучения теоретической части. Далее, по темам, содержащим эмпирический материал, следует изучить и проанализировать статистические данные. Теоретический и эмпирический материал обучающемуся необходимо изучать в течение семестра в соответствии с темами, указанными в графике. Кроме того, по эмпирическому материалу следует описать результаты анализа статистических данных в форме таблицы, диаграммы, тезисов.

В целях более эффективной организации самостоятельной работы обучающимся следует ознакомиться с нормативными актами и специальной литературой, рекомендуемыми преподавателем, а также списком вопросов к зачету.

Зачет служит формой проверки усвоения обучающимся теоретического материала. зачет принимается преподавателем, читающим лекции по данной дисциплине, в устной форме. Прием зачета проводится, по специально составленному расписанию.

9.1. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ

Практическое занятие №1 Отраслевые особенности лесничества, организации, предприятия в рыночной экономике.

Цель работы Определить значение леса и продукции лесной деятельности для экономического развития страны, а также предельные доходы и предельные издержки, маржинальный анализ.

Задание:

1. Рассмотреть современное состояние лесного сектора.
2. Понять роль и место лесного сектора в экономике России.

Порядок выполнения:

Определить перспективные направления сотрудничества в области лесных отношений:

- многоцелевое использование лесов;
- воспроизводство лесов и лесное семеноводство;
- защита лесов, сохранение их биологического разнообразия;
- оценка лесных ресурсов, мониторинг и планирование;
- борьба с незаконными рубками леса и торговлей нелегально

Форма отчетности: отчет по проделанной работе

Задания для самостоятельной работы:

Проанализировать приоритетные направления новой экономической политики использования лесов.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к практическому занятию

При доступе в глобальную сеть интернета наиболее целесообразно воспользоваться рекомендуемыми источниками.

Основная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник/ Под ред. Проф. Ю.В. Морозова, доц. В.Т. Гришиной. – 9-е изд.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко» 2016. – 448 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=418086&sr=1

Дополнительная литература

1. Голубков Е.М. Основы маркетинга: Учебник для вузов. – М.: Финпресс, 1999. – 651 с.
2. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг: учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)»/ Г.А. Васильев, Е.М. Деева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 192 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114559&sr=1
3. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов, вузов, обучающихся по специальностям

экономики и управления 080100, «Коммерция (торговое дело)» 080301 / Дж. Иган; пер. с англ. [Е.Э. Лалаян]. - 2-е изд. – М.: ЮНИТА –ДАНА, 2015. – 375 с. – (Серия «Зарубежный учебник») http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114710&sr=1

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Поясните роль лесного законодательства в развитии рыночных лесных отношений?
2. Охарактеризуйте такие виды рынков как:
 - товарный рынок;
 - рынок труда;
 - рынок капитала.

Практическое занятие №2 Трудовые ресурсы, нормирование и оплата труда.

Цель работы: Научиться рассчитывать комплексные нормы выработки, времени, а также рассчитывать выработку методом технического расчёта.

Задание:

1. Определить комплексную норму выработки.
2. Изучить затраты рабочего времени.

Порядок выполнения:

Рассмотрите классификацию производственного процесса по формам воздействия на предмет труда, характеру протекания, особенностям используемого оборудования, уровню механизации, масштабам производства однородной продукции. Проанализируйте производственный процесс как совокупность взаимосвязанных основных, вспомогательных, обслуживающих и управленческих процессов, направленных на изготовление продукции (работ), при котором необходимо учитывать особенности организации лесохозяйственного производства.

Форма отчетности: отчет по проделанной работе

Задания для самостоятельной работы:

Для закрепления материала необходимо решить выданную задачу.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к практическому занятию

Используя материалы лекционного курса и рекомендованную литературу, воспользуйтесь изученными формулами.

Основная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник/ Под ред. Проф. Ю.В. Морозова, доц. В.Т. Гришиной. – 9-е изд.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко» 2016. – 448 с.
http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=418086&sr=1

Дополнительная литература

1. Голубков Е.М. Основы маркетинга: Учебник для вузов. – М.: Финпресс, 1999. – 651 с.
2. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг: учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Е.М. Деева. – М.: ЮНИТА-ДАНА, 2015. – 192 с.
http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114559&sr=1
3. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов, вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100, «Коммерция (торговое дело)» 080301 / Дж. Иган; пер. с англ. [Е.Э. Лалаян]. - 2-е изд. – М.: ЮНИТА –ДАНА, 2015. – 375 с. – (Серия «Зарубежный учебник») http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114710&sr=1

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Дайте определения понятий: «производственный процесс», «производственный цикл».
2. Укажите классификацию производственных процессов.
3. Объясните особенности протекания производственного цикла в лесовыращивании.
4. Охарактеризуйте основные методы изучения затрат рабочего времени.
5. Назовите виды норм труда и охарактеризуйте каждый вид.
6. Укажите классификацию норм труда по содержанию и по сфере применения.
7. Перечислите условия труда, необходимые для выполнения работниками норм выработки.

Практическое занятие №3 Издержки производства и себестоимость продукции, работ и услуг.

Цель работы: Научиться определять Себестоимость, прибыль, рентабельность и маркетинговую деятельность на предприятиях в лесной сфере.

Задание:

1. Определить себестоимость, прибыль рентабельность, а также маркетинговую деятельность.
2. Научиться составлять нормативно-технологическую карту.

Порядок выполнения:

Приступая к изучению данной работы, следует усвоить следующие понятия: издержки и себестоимость продукции. Необходимо учесть, что смета затрат на производство включает следующие элементы: - сырьё, основные материалы, покупные полуфабрикаты (за вычетом возвратных отходов); - вспомогательные материалы; - топливо со стороны; - энергия со стороны; - заработная плата основная и дополнительная; - отчисления на социальные нужды; - амортизация основных фондов; - прочие расходы. В смете собираются затраты по общности экономического содержания, по их назначению. При группировке по статьям калькуляции затраты объединяются по направлениям их использования, по месту их возникновения. В калькуляциях отдельных видов продукции устанавливается величина затрат на производство и реализацию единицы продукции. Для определения нормативной технологической себестоимости (C_0) составляется нормативно-технологическая карта. Нормативно-технологическая карта регламентирует состав технологического процесса по операциям, вид применяемых машин и механизмов, сменную производительность рабочих и применяемых технических средств, а также содержит результаты расчёта технологической себестоимости по видам операций и в целом для данного вида работ

Форма отчетности: отчет по проделанной работе.

Задания для самостоятельной работы:

Для закрепления материала необходимо решить выданную задачу.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к практическому занятию

Используя материалы лекционного курса и рекомендованную литературу, воспользуйтесь изученными формулами.

Основная литература

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник/ Под ред. Проф. Ю.В. Морозова, доц. В.Т. Гришиной. – 9-е изд.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко» 2016. – 448 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=418086&sr=1

Дополнительная литература

1. Голубков Е.М. Основы маркетинга: Учебник для вузов. – М.: Финпресс, 1999. – 651 с.

2. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг: учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Е.М. Деева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 192 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114559&sr=1

3. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов, вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100, «Коммерция (торговое дело)» 080301 / Дж. Иган; пер. с англ. [Е.Э. Лалаян]. - 2-е изд. – М.: ЮНИТА –ДАНА, 2015. – 375 с. – (Серия «Зарубежный учебник») http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114710&sr=1

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Объясните значение следующих терминов: издержки, себестоимость продукции (работ, услуг).
2. Назовите состав затрат, включаемых в себестоимость продукции.
3. Объясните экономическое назначение группировки затрат по экономическим элементам и по статьям калькуляции.
4. Укажите примерный перечень калькуляционных статей.
5. Назовите пути снижения себестоимости продукции.
6. Для чего составляется нормативно-технологическая карта?

Практическое занятие №4 Ценообразование. Прибыль и рентабельность в лесной сфере.

Цель работы: Научиться рассчитывать контрактные цены на законченные лесохозяйственные объекты.

Задание:

1. Определить порядок формирования цен на продукцию и услуги.
2. Определить порядок приёмки продукции, работ и услуг.

Порядок выполнения:

При выполнении данной работы, необходимо усвоить понятия: продукция лесохозяйственного производства, законченный объект, незавершённое производство. Необходимо учитывать, что объекты лесохозяйственного производства могут создаваться в результате выполнения комплекса работ в течение одного календарного года. При этом продукция классифицируется как законченный объект. К законченным объектам могут относиться насаждения, пройденные рубками ухода, дороги противопожарного назначения, вновь созданные минерализованные полосы. Изучая материал, особое внимание следует обратить на основные элементы цены при её формировании. Существуют различные способы формирования цен на продукцию, работы и услуги (методы ценообразования): - установление минимального уровня цены, определяемого затратами; - установление максимального уровня цены, сформированного спросом; - установление оптимального уровня цены.

Форма отчетности: отчет по проделанной работе

Задания для самостоятельной работы:

Для закрепления материала необходимо решить выданную задачу.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к практическому занятию

Используя материалы лекционного курса и рекомендованную литературу, воспользуйтесь изученными формулами.

Основная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник/ Под ред. Проф. Ю.В. Морозова, доц. В.Т. Гришиной. – 9-е изд.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко» 2016. – 448 с.

Дополнительная литература

2. Голубков Е.М. Основы маркетинга: Учебник для вузов. – М.: Финпресс, 1999. – 651 с.
3. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг: учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Е.М. Деева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 192 с.
http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114559&sr=1
4. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов, вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100, «Коммерция (торговое дело)» 080301 / Дж. Иган; пер. с англ. [Е.Э. Лалаян]. - 2-е изд. – М.: ЮНИТА –ДАНА, 2015. – 375 с. – (Серия «Зарубежный учебник») http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114710&sr=1

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Дайте определение понятия: «цена товара».
2. Назовите основные элементы оптовой, розничной цены.
3. Охарактеризуйте методы ценообразования.
4. Сформулируйте особенности формирования контрактных цен в лесохозяйственном производстве.
5. Охарактеризуйте систему показателей прибыли.
6. Как исчисляются основные показатели рентабельности?

Практическое занятие №5 Маркетинговая деятельность на предприятиях лесной промышленности.

Цель работы. Определить принципы и эффективность по изучению учёта, спроса и требований рынка в лесной сфере.

Задание

1. Изучить потребителей и сегментацию рынка, возможности лесного сектора
2. Изучить систему формирования спроса и стимулирования сбыта

Порядок выполнения:

Приступая к выполнению данной работы, необходимо уяснить то, что существуют разнообразные определения маркетинга, отражающие, с одной стороны, сложность и многоаспектность этого понятия, а со второй – наличие различных подходов заинтересованных участников рынка. Несмотря на различия формулировок в определении современного маркетинга основным является: - ориентация маркетинга на потребности конкретных групп покупателей; - комплексный подход к решению рыночных задач; - деятельность, направленная на удовлетворение запросов потребителя; - творческая управленческая деятельность на основе знания рынка и изучения потребностей покупателя, цель, которой – сделать организацию конкурентоспособной по качеству работы и требованиям рынка. При выполнении необходимо учитывать план маркетинга, а также факторы которые влияют на микросреду.

Форма отчетности: отчет по проделанной работе

Задания для самостоятельной работы:

Для закрепления материала необходимо решить выданную задачу.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к практическому занятию

Используя материалы лекционного курса и рекомендованную литературу, воспользуйтесь изученными формулами.

Основная литература

3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник/ Под ред. Проф. Ю.В. Морозова, доц. В.Т. Гришиной. – 9-е изд.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко» 2016. – 448 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=418086&sr=1

Дополнительная литература

1. Голубков Е.М. Основы маркетинга: Учебник для вузов. – М.: Финпресс, 1999. – 651 с.

2. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг: учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Е.М. Деева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 192 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114559&sr=1

3. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов, вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100, «Коммерция (торговое дело)» 080301 / Дж. Иган; пер. с англ. [Е.Э. Лалаян]. - 2-е изд. – М.: ЮНИТА –ДАНА, 2015. – 375 с. – (Серия «Зарубежный учебник») http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114710&sr=1

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Дайте определение понятия: «маркетинг».
2. Назовите основные функции маркетинга.
3. Что такое макро- и микросреда организации?
4. Дайте определение понятия: «реклама».
5. Поясните роль рекламы в современном бизнесе

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Информационно-коммуникационные технологии – преподаватель использует для получения информации при подготовке к занятиям

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

<i>Вид занятия</i>	<i>Наименование аудитории</i>	<i>Перечень основного оборудования</i>	<i>№ ПЗ</i>
1	2	3	4
Лк	Лекционная аудитория	интерактивная доска, мультимедийный проектор, экран для просмотра видеоматериалов, компьютер.	-
ПЗ	Компьютерный класс	ПК класса AMD Athlon 64X2 4000+ , принтер	№1- №5
СР	ЧЗ1	-	-

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

1. Описание фонда оценочных средств (паспорт)

№ компетенции	Элемент компетенции	Раздел	Тема	ФОС
ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	1. Методология маркетинга на предприятиях лесной промышленности	1.1 Особенности маркетинга в лесной промышленности. 1.2. Особенности продвижения товара в лесопромышленном производстве. 1.3. Оценка и выбор внешнего рынка	Вопросы к зачету
		2. Управление маркетингом на предприятиях лесной промышленности	2.1. Эволюция развития маркетинга и концепции маркетинга в лесной сфере 2.2. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных при проведении маркетингового исследования на предприятия лесной промышленности	
ПК-3	Способность принимать участие в работах по составлению научных отчетов по выполненному заданию и внедрять результаты исследований и разработок в области технологических машин и оборудования	1. Методология маркетинга на предприятиях лесной промышленности	1.1 Особенности маркетинга в лесной промышленности. 1.2. Особенности продвижения товара в лесопромышленном производстве. 1.3. Оценка и выбор внешнего рынка	
		2. Управление маркетингом на предприятиях лесной промышленности	2.1. Эволюция развития маркетинга и концепции маркетинга в лесной сфере 2.2. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных при проведении маркетингового исследования на предприятия лесной промышленности.	

2. Вопросы к зачету

№ п/п	Компетенции		ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ	№ и наименование раздела
	Код	Определение		
1	2	3	4	5
1	ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<p>1 Сущность маркетинга. Понятие нужд, потребностей, запросов, товара, обмена, сделки и рынка.</p> <p>2 Основные формы маркетинга: концепция совершенствования производства; концепция совершенствования товара; концепция интенсификации коммерческих усилий; концепция маркетинга; концепция социально-этический маркетинг.</p> <p>3 Цели и функции системы маркетинга.</p> <p>4 Основные направления исследований в маркетинге: исследование рынка, потребителей, конкурентов, структуры рынка, товаров, цены, товародвижения и продаж, системы стимулирования и рекламы, внутренней среды предприятия.</p> <p>5 Основные методы и процедура маркетинговых исследований.</p> <p>6 Формирование товарной политики.</p> <p>7 Новые товары: сущность, критерии их определения, освоение рынка новыми товарами.</p>	1. Методология маркетинга на предприятиях лесной промышленности
2	ПК-3	Способность принимать участие в работах по составлению научных отчетов по выполненному заданию и внедрять результаты исследований и разработок области технологических машин и оборудования	<p>8 Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга.</p> <p>9 Сервис в системе товарной политики.</p> <p>10 Реализация товара: каналы распределения и товародвижение.</p> <p>11 Формирование спроса и стимулирование сбыта и продажи.</p> <p>12 Торговая реклама, престижная реклама, рекламная компания методом «директ мейл».</p> <p>13 «Паблик рилейшнз»: понятие, методы.</p> <p>14 Ярмарки и выставки: назначение и организация.</p> <p>15 Основы и реализация ценовой стратегии</p> <p>16 Принципы планирования и основные задачи планирования в маркетинге</p> <p>17 Информационное и коммуникационное обеспечение управления маркетингом</p> <p>18 Контроль в маркетинге</p> <p>19 Службы маркетинга на предприятии: организационная структура</p> <p>20 Основные задачи и функции подразделений службы маркетинга</p>	2. Управление маркетингом на предприятиях лесной промышленности

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Показатели	Оценка	Критерии
<p>Знать: (ОК-3) - методические и нормативные руководящие материалы, касающиеся выполняемой работы; методы исследования, правила и условия выполнения работ, основные технологические опасности, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду; основные понятия и определения теории маркетинга; (ПК-3) - сущность содержания маркетинга, его функции и принципы; цели, объекты, методы и модели маркетинговых исследований; характеристику товара, направления и пути осуществления товарной политики;</p> <p>Уметь: (ОК-3) выполнять работы в области научно-технической деятельности по проектированию, информационному обслуживанию, организации и планированию производства, труда и управлению, техническому контролю в машиностроении, пользоваться основными терминами и понятиями в области маркетинга; (ПК-3) - применять методы проведения комплексного технико-экономического анализа в машиностроении для обоснованного принятия решений;</p> <p>Владеть: (ОК-3) - методами проведения комплексного технико-экономического анализа в машиностроении для обоснованного принятия решений, изыскания возможности сокращения цикла работ; (ПК-3) - методами проведения комплексного технико-экономического анализа с обеспечением необходимых технических данных в машиностроительном производстве.</p>	<p>Зачтено</p>	<p>Наличие глубоких, исчерпывающих знаний предмета в объеме освоённой программы; знание основной (обязательной) литературы; правильные и уверенные действия, свидетельствующие о наличии твердых знаний и навыков в использовании технических средств; полное, четкое, грамотное и логически стройное изложение материала; свободное применение теоретических знаний при анализе практических вопросов.</p>
	<p>не зачтено</p>	<p>Наличие ошибок при изложении ответа на основные вопросы программы, свидетельствующих о неправильном понимании предмета; при решении практических задач показано незнание способов их решения, материал изложен беспорядочно и неуверенно.</p>

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности

Дисциплина История маркетинга в лесной промышленности направлена на теоретические основы инноваций и управления инновациями, привить практические навыки в области развития маркетинговой деятельности в условиях рыночной экономики, факторов, обеспечивающих рациональное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов, направленных на достижение эффективных конечных результатов;

Изучение дисциплины История маркетинга в лесной промышленности предусматривает:

– лекции; практические занятия; зачет.

В ходе освоения раздела 1. Методология маркетинга на предприятиях лесной промышленности

- Необходимо овладеть навыками и умениями применения изученных методов для получения, хранения, переработки информации, применения и реализации тех или иных видов маркетинговой деятельности.

В ходе освоения раздела 2 Управление маркетингом на предприятиях лесной промышленности студенты должны научиться обосновывать управленческие решения в условиях маркетинговой деятельности; уметь отслеживать тенденции развития и дальнейшего совершенствования предприятий лесного комплекса.

При подготовке к зачету рекомендуется особое внимание уделить следующим вопросам: что такое маркетинговая деятельность, Основные методы и процедура маркетинговых исследований, Основные направления исследований в маркетинге: исследование рынка, потребителей, конкурентов, структуры рынка, товаров, цены, товародвижения и продаж, системы стимулирования и рекламы, внутренней среды предприятия..

В процессе проведения практических занятий, происходит закрепление знаний, формирование умений и навыков работать на персональном компьютере, закрепление необходимых знаний, умений, отработанных на аудиторных и при выполнении самостоятельных заданий.

Самостоятельную работу необходимо начинать с повторения пройденного материала и изучения источников рекомендуемой литературы.

В процессе консультации с преподавателем студент задает уточняющие вопросы для более полного раскрытия тем дисциплины и получает рекомендации преподавателя для самостоятельного изучения неусвоенного материала.

Работа с литературой является важнейшим элементом в получении знаний по дисциплине. Прежде всего, необходимо воспользоваться списком рекомендуемой по данной дисциплине литературой. Дополнительные сведения по изучаемым темам можно найти в периодической печати и Интернете.

Предусмотрено проведение аудиторных занятий (в виде лекций и практических занятий.) в сочетании с внеаудиторной работой.

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины

История маркетинга в лесной промышленности

1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является подготовка бакалавров к самостоятельному решению экономических задач в лесной промышленности с использованием новейших достижений науки и техники.

Задачей изучения дисциплины является: дать студентам теоретические основы маркетинговой деятельности; привить навыки самостоятельного использования теоретических знаний в практической деятельности, научить обосновывать управленческие решения в условиях рыночной экономики, привить навыки самообразования и самосовершенствования, уметь отслеживать тенденции развития и дальнейшего совершенствования предприятий лесного комплекса

2. Структура дисциплины

2.1 Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетных единицы.

2.2 Основные разделы дисциплины:

1. Методология маркетинга на предприятиях лесной промышленности.
2. Управление маркетингом на предприятиях лесной промышленности.

3. Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

ПК-3 - способность принимать участие в работах по составлению научных отчетов по выполненному заданию и внедрять результаты исследований и разработок в области технологических машин и оборудования.

4. Вид промежуточной аттестации: зачет.

*Протокол о дополнениях и изменениях в рабочей программе
на 20__-20__ учебный год*

1. В рабочую программу по дисциплине вносятся следующие дополнения:

2. В рабочую программу по дисциплине вносятся следующие изменения:

Протокол заседания кафедры № _____ от «___» _____ 20__ г.,
(разработчик)

Заведующий кафедрой _____

(подпись)

(Ф.И.О.)