

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФИО: Макуев Валентин Анатольевич

Мытищинский филиал

Должность: Заместитель директора по учебной работе

федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего

Дата подписания: 14.07.2024 17:09:52

Уникальный программный ключ:

образования «Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана

a0887579b7e63594c87851bc1bb030c7c4482fa1

(национальный исследовательский университет)»

(МФ МГТУ им. Н.Э. Баумана)



Заместитель директора

по учебной работе

МФ МГТУ им. Н.Э. Баумана

Макуев В.А.

«25» июня 2021 г.

Факультет К «Космический факультет»

Кафедра К5 «Лингвистика»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Специальная терминология (маркетинг и реклама)

Автор программы:

Лагунова М.С., старший преподаватель, lagunova@bmstu.ru

Утверждена на заседании кафедры «Лингвистика»
Протокол № 11 заседания кафедры «К5» от 11.06.2021 г.

Начальник Отдела образовательных программ
Шевлякова А.А



Рабочая программа одобрена на 2022/2023 учебный год.
Протокол № 9 заседания кафедры «К5» от 20.04.2022 г.
Лист переутверждения рабочей программы дисциплины / практики.

Рабочая программа одобрена на 2023/2024 учебный год.
Протокол № 9 заседания кафедры «К5» от 26.04.2023 г.
Лист переутверждения рабочей программы дисциплины / практики.

Рабочая программа одобрена на 2024/2025 учебный год.
Протокол № 9 заседания кафедры «К5» от 17.04.2024 г.
Лист переутверждения рабочей программы дисциплины / практики.

ОГЛАВЛЕНИЕ

	с.
1. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	7
3. Объем дисциплины	8
4. Содержание дисциплины, структурированное по модулям учебной дисциплины с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий	9
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	12
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов по дисциплине.....	13
7. Перечень учебной литературы и дополнительных материалов, необходимых для освоения дисциплины	14
8. Перечень ресурсов сети интернет, рекомендуемых для самостоятельной работы при освоении дисциплины.....	15
9. Методические указания для студентов по освоению дисциплины.....	16
10. Перечень информационных технологий, используемых при изучении дисциплины, включая перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных	18
11. Описание материально-технической базы, необходимой для изучения дисциплины..	19

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Настоящая рабочая программа дисциплины устанавливает требования к знаниям и умениям студента, а также определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа разработана в соответствии с:

- Самостоятельно устанавливаемым образовательным стандартом (СУОС 3++) по направлению подготовки (уровень бакалавриата): 45.03.02 «Лингвистика»;
- Основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 45.03.02 «Лингвистика»;
- Учебным планом МГТУ им. Н.Э. Баумана по направлению подготовки 45.03.02 «Лингвистика».

При освоении дисциплины планируется формирование компетенций, предусмотренных ОПОП на основе СУОС 3++ по направлению подготовки 45.03.02 «Лингвистика» (уровень бакалавриата)

Код компетенции по СУОС 3++	Формулировка компетенции
	Профессиональные компетенции собственные (обязательные)
ПКСо-1 (45.03.02)	Способность разрабатывать документы информационно-маркетингового назначения

Для категорий «знать, уметь, владеть» планируется достижение результатов обучения (РО), вносящих на соответствующих уровнях вклад в формирование компетенций, предусмотренных основной профессиональной образовательной программой (табл. 1).

Таблица 1. Индикаторы достижения компетенции

1	2	3
Компетенция: код по СУОС 3++, формулировка	Индикаторы	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
<p>ПКСо-1 (45.03.02) Способность разрабатывать документы информационно-маркетингового назначения</p>	<p>ЗНАТЬ - требования к содержанию и структуре рекламных текстов - виды документов информационно-маркетингового назначения, требования к их содержанию, стилю изложения и оформлению - основы литературного редактирования</p> <p>УМЕТЬ - разрабатывать документы информационно-маркетингового назначения, содержащие исчерпывающую информацию о производителе, сфере применения и характеристиках продукта и оформлять их в соответствии с заданными стандартами - на основе анализа целевой аудитории и заданных требований к структуре создавать рекламные тексты, оказывающие эмоциональное воздействие на потребителей и визуализирующих выгоды приобретения описанных в них продуктов - выполнять литературное редактирование текстов информационно-маркетингового и рекламного назначения с использованием текстовых редакторов, инструментов создания графических схем и электронных таблиц</p> <p>ВЛАДЕТЬ - навыками разработки и оформления документов информационно-маркетингового назначения - навыками создания текстов рекламного назначения</p>	<p>Лекции Семинары Самостоятельная работа Активные и интерактивные формы (методы) обучения: обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах</p>

1	2	3
	- навыками литературного редактирования текстов с использованием текстовых редакторов	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в блок Б1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы бакалавриата по направлению 45.03.02 «Лингвистика».

Изучение дисциплины предполагает предварительное освоение следующих дисциплин учебного плана:

- Стилистика и редактирование текстов;
- Русский язык и культура речи;
- Практический курс первого иностранного языка.

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для следующих дисциплин образовательной программы:

- Преддипломная практика.

Освоение учебной дисциплины связано с формированием компетенций с учетом матрицы компетенций ОПОП для направления (уровень бакалавриата): 45.03.02 Лингвистика.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общий объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы(з.е.), 72 академических часа (54 астрономических часа). В том числе: 1 семестр – 2 з.е. (72 ак.ч.).

Таблица 2. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Виды учебной работы	Объем по семестрам, акад. ч.	
	Всего	Количество семестров освоения дисциплины
		1
Объем дисциплины	72	72
Аудиторная работа*	36	36
Лекции (Л)	18	18
Семинары (С)	18	18
Самостоятельная работа (СР)	36	36
Проработка учебного материала лекций	2.25	2.25
Подготовка к семинарам	2.25	2.25
Подготовка к контрольной работе	6	6
Выполнение домашнего задания	9	9
Другие виды самостоятельной работы	16.5	16.5
Вид промежуточной аттестации		Зачёт

*в том числе, в форме практической подготовки

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО МОДУЛЯМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Таблица 3. Содержание дисциплины

№ п/п	Тема (название) модуля	Виды занятий*, часы				Активные и интерактивные формы проведения занятий		Компетенции, закрепленные за темой (код по СУОС 3++)	Текущий контроль результатов обучения		
		Л	С	ЛР	СР	Форма проведения занятий	Часы		Срок (неделя)	Формы	Баллы (мин/макс)
1 семестр/											
1	Маркетинг: основные положения. Потребительское поведение и целевая аудитория.	6	6	0	12	обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах	4	ПКСо-1	6	Контрольная работа №1	18/30
										ИТОГО:	18/30
2	Продвижение как часть комплекса маркетинга. Реклама как метод продвижения продукта.	6	6	0	10	обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах	8	ПКСо-1	11	Контрольная работа №2	18/30
										ИТОГО:	18/30
3	Тексты информационно-маркетингового назначения. Рекламные тексты.	6	6	0	14	обсуждение практических примеров на лекциях и семинарах	8	ПКСо-1	18	Домашнее задание	24/40
										ИТОГО:	24/40
	ИТОГО за семестр	18	18	0	36	-	20	-	-	-	60/100

*в том числе, в форме практической подготовки

Содержание дисциплины, структурированное по темам (модулям)

№, п/п	Наименование модуля, содержание	Часы
1	«Маркетинг: основные положения. Потребительское поведение и целевая аудитория»	
	Лекции	6
1.1	Социальные основы маркетинга. Понятия нужд, потребностей, запросов, товара, обмена, сделки, рынка. Ознакомление с терминами на английском языке. Концепции маркетинга. Концепция социально-этичного маркетинга. Маркетинговая среда.	2
1.2	Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей. Модель покупательского поведения. Характеристики покупателя. Процесс принятия решения о покупке.	2
1.3	Сегментирование рынка. Основные принципы сегментирования потребительских рынков. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке.	2
	Семинары	6
С1.1	Опрос по теме «Маркетинг: основные положения». Решение кейса на тему «Концепции маркетинга». Обсуждение истории создания автомобиля «Форд Мустанг».	2
С1.2	Обсуждение потребительского поведения: обмен примерами из жизни. Обсуждение статьи «Почему не покупают ваш товар». Решение кейса на тему «Потребительское поведение».	2
С1.3	Доклады (сообщения) об успешных компаниях/брендах: истории успеха. Написание контрольной работы.	2
	Самостоятельная работа	12
СП1.1	Проработка учебного материала лекций	0.75
СП1.2	Подготовка к семинарам	0.75
СП1.3	Подготовка к контрольной работе	3
СП1.4	Другие виды самостоятельной работы	7.5
2	«Продвижение как часть комплекса маркетинга. Реклама как метод продвижения продукта»	
	Лекции	6
2.1	Комплекс маркетинга: понятие и элементы. Ознакомление с терминами на английском языке. Продвижение как часть комплекса маркетинга. Определение желаемой ответной реакции целевой аудитории.	2
2.2.	Каналы личной и неличной коммуникации. Средства продвижения: личная продажа, стимулирование сбыта. Их особенности, преимущества и недостатки.	2
2.3	Средства продвижения: реклама, связи с общественностью. Их особенности, преимущества и недостатки. Прямой и интерактивный маркетинг. Интернет-маркетинг.	2
	Семинары	6
С2.1	Основы SWOT-анализа. Обсуждение актуальных англоязычных исследовательских статей из журнала “Journal of Marketing”.	2
С2.2	Опрос по теме «Продвижение». Обсуждение средств продвижения, разбор примеров. Решение кейса на тему «Средства продвижения».	2

C2.3	Перевод с листа текста о продвижении "Communication: Promotion and Selling". Написание контрольной работы.	2
	Самостоятельная работа	10
CP2.1	Проработка учебного материала лекций	0.75
CP2.2	Подготовка к семинарам	0.75
CP2.3	Подготовка к контрольной работе	3
CP2.4	Другие виды самостоятельной работы	5.5
3	«Тексты информационно-маркетингового назначения. Рекламные тексты»	
	Лекции	6
3.1	Цели, задачи и особенности рекламного текста. Языковые особенности маркетингового текста. Выразительные средства, используемые в рекламном тексте. Требования к тексту и основные типы ошибок.	2
3.2	Коммуникативно-стилистическая характеристика рекламного и PR-текста. Пресс-релиз как основной жанр PR-текста. Рекламные жанры. Слоган, логотип, рекламный заголовок.	2
3.3	Информационное наполнение сайтов. Специфические особенности рекламы в сети Интернет. Подготовка рекламного текста и его редактирование.	2
	Семинары	6
C3.1	Терминология и определения терминов по тематике «Продвижение, реклама» на английском языке. Анализ существующих рекламных текстов, написанных на русском и английском языках.	2
C3.2	Разбор существующих слоганов, созданных на русском и английском языках. Создание слогана.	2
C3.3	Написание рекламного текста. Редактирование текста, написанного в качестве домашнего задания. Обсуждение работ.	2
	Самостоятельная работа	14
CP3.1	Проработка учебного материала лекций	0.75
CP3.2	Подготовка к семинарам	0.75
CP3.3	Выполнение домашнего задания	9
CP3.4	Другие виды самостоятельной работы	3.5

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа студентов по дисциплине обеспечивается следующими учебно-методическими материалами:

1. Рабочая программа дисциплины.
2. Учебная литература и дополнительные материалы [Раздел 7 Рабочей программы дисциплины].
3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» [Раздел 8 Рабочей программы дисциплины].
4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины [Раздел 9 Рабочей программы дисциплины], обеспечивающие самостоятельную работу студента при подготовке к учебным занятиям, выполнении домашних работ, подготовке к контрольным мероприятиям и аттестациям.
5. Комплект индивидуальных заданий.

Студенты получают доступ к указанным материалам начиная с первого занятия по дисциплине.

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

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине базируется на перечне компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (раздел 1). ФОС обеспечивает объективный контроль достижения всех результатов обучения, запланированных для дисциплины.

ФОС включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов МГТУ им. Н.Э. Баумана.

ФОС является приложением к данной рабочей программе дисциплины.

7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Литература по дисциплине

1. Маркетинг менеджмент. 15-е изд. Ф. Котлер, К. Л. Келлер / Котлер Ф.; Келлер К. Л. – Питер, 2018. – 848 с.
2. Бартеншоу К. (Ник Махон), Барфут К. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Бартеншоу К. (Ник Махон), Барфут К. ; ред. пер. Островский И. ; пер. Румянцев А., Богичева М. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Тридэ Кукинг, 2012. - 183 с. : ил. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-904011-01-7.
3. Sergeeva, E. Marketing : learning guide / E. Sergeeva, A. Astafeva. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2015. — 287 с. — ISBN 978-5-7882-1805-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/62143.html>
4. Прозоровский, С. А. English for Marketing Managers = Английский язык для маркетологов / С. А. Прозоровский. — Санкт-Петербург : Антология, 2021. — 288 с. — ISBN 978-5-94962-186-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/104027.html>
5. Варенина, Л. П. The English Language of Marketing : учебное пособие / Л. П. Варенина. — Москва : Евразийский открытый институт, 2011. — 160 с. — ISBN 978-5-374-00501-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/11199.html>

Дополнительные материалы

6. Бердышев, С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд. : учебное пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 182 с. — ISBN 978-5-394-01530-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/5980.html>
7. Блэкуэлл, Р. Поведение потребителей./ П. Миниард, Дж. Энджел, пер. с англ. – СПб.: Питер, 2011. – 943с.
8. Котлер, Филип Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер ; перевод Т. В. Виноградова, А. А. Чех, Л. Л. Царук. — 3-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 216 с. — ISBN 978-5-9614-1645-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82710.html>
9. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. : Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2016. – 496 с.
10. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472777>

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ, РЕКОМЕНДУЕМЫХ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПРИ ОСВОЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Сайт кафедры «Лингвистика»: <https://mf.bmstu.ru/info/faculty/kf/caf/k5/>
2. Открытая информационная группа кафедры в социальной сети «ВКонтакте»: https://vk.com/mf_bmstu
3. Российская государственная библиотека. <http://www.rsl.ru>.
4. Государственная публичная научно-техническая библиотека России. <http://www.gpntb.ru>.
5. Библиотека МГТУ им. Н.Э. Баумана. <http://library.bmstu.ru>.
6. Научно-техническая библиотека КФ МГТУ им. Н.Э. Баумана. <http://library.bmstu-kaluga.ru>.
7. Научная электронная библиотека <http://eLIBRARY.RU>.
8. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <http://e.lanbook.com>.
9. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru>.
10. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>.
11. Электронно-библиотечная система (ЭБС) «Юрайт» <https://biblio-online.ru>.
12. Центральная библиотека образовательных ресурсов Минобрнауки РФ. www.edulib.ru.
13. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru>.
14. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. <http://fcior.edu.ru>.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание нижеследующие положения.

Дисциплина построена по модульному принципу, каждый модуль представляет собой логически завершенный раздел курса. Дисциплина делится на три модуля.

На первом занятии студент получает информацию для доступа к комплексу учебно-методических материалов по дисциплине.

Лекционные занятия посвящены рассмотрению ключевых, базовых положений курса и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную проработку.

Семинарские занятия проводятся для закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения для решения практических задач в предметной области дисциплины.

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины организуется путем проведения практических занятий и индивидуальных и(или) групповых консультаций, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Самостоятельная работа студентов включает следующие виды: проработка учебного материала лекций, подготовка к семинарам, подготовка к контрольной работе, выполнение домашнего задания. Результаты всех видов работы студентов формируются в виде их личного рейтинга, который учитывается на промежуточной аттестации. Самостоятельная работа предусматривает не только проработку материалов лекционного курса, но и их расширение в результате поиска, анализа, структурирования и представления в компактном виде современной информации из всех возможных источников.

Текущий контроль проводится в течение каждого модуля, его итоговые результаты складываются из оценок по следующим видам контрольных мероприятий:

- Контрольная работа
- Домашнее задание.

Освоение дисциплины и ее успешное завершение на стадии промежуточной аттестации возможно только при регулярной работе во время семестра и планомерном прохождении текущего контроля. Набрать рейтинг по всем модулям в каждом семестре, пройти по каждому модулю плановые контрольные мероприятия в течение экзаменационной сессии невозможно.

Для завершения работы в семестре студент должен выполнить все контрольные мероприятия.

Промежуточная аттестация по дисциплине проходит в форме зачета.

Методика оценки по рейтингу

Студент, выполнивший все предусмотренные учебным планом задания и сдавший все контрольные мероприятия, получает итоговую оценку по дисциплине за семестр в соответствии со шкалой:

Рейтинг	Оценка на зачете
85 – 100	Зачтено
71 – 84	Зачтено
60 – 70	Зачтено
0 – 59	Не зачтено

Оценивание дисциплины ведется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов МГТУ им. Н.Э. Баумана.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

Информационные технологии:

– Электронная информационно-образовательная среда МГТУ им. Н.Э. Баумана обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик, формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы. Предусмотрена возможность синхронного и асинхронного взаимодействия студентов и преподавателей посредством технологий и служб по пересылке и получению электронных сообщений между пользователями компьютерной сети Интернет.

e-mail преподавателя для оперативной связи: lagunova@mgul.ac.ru

–

Программное обеспечение:

- Office
- Windows

Информационные справочные системы:

- Информационно-правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru>;
- Информационно-правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru>;
- Электронный словарь Мультитран <https://www.multitran.com/>

Профессиональные базы данных:

- Журнал Американской ассоциации маркетинга <https://www.ama.org/journal-of-marketing/>

**11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ,
НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Перечень материально-технического обеспечения дисциплины

№, п/п	Вид занятий	Вид и наименование оборудования
1	Лекции	специально оборудованные аудитории с мультимедийными средствами, средствами звуковоспроизведения и имеющими выход в сеть Интернет; помещения для проведения аудиторных занятий, оборудованные учебной мебелью; аудитории оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет; студии; компьютерные классы.
2	Семинары	специально оборудованные аудитории с мультимедийными средствами, средствами звуковоспроизведения и имеющими выход в сеть Интернет; помещения для проведения аудиторных занятий, оборудованные учебной мебелью; аудитории оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет; студии; компьютерные классы.
3	Самостоятельная работа	библиотека, имеющая рабочие места для студентов; выставочные залы; аудитории, оснащенные компьютерами с доступом к сети Интернет. Социокультурное пространство университета позволяет студенту качественно выполнять самостоятельную работу.

ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

1). П.7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:

7. Перечень учебной литературы и дополнительных материалов, необходимых для освоения дисциплины

Литература по дисциплине:

1. English for Marketing Managers = Английский язык для маркетологов / Прозоровский С.А.
2. Marketing Learning guide / Sergeeva E.; Astafeva A.
3. The English Language of Marketing Учебное пособие / Варенина Л.П.
4. Маркетинг менеджмент. 15-е изд. Ф. Котлер, К. Л. Келлер / Котлер Ф.; Келлер К. Л.
5. Бартеншоу К. (Ник Махон), Барфут К. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Бартеншоу К. (Ник Махон), Барфут К. ; ред. пер. Островский И. ; пер. Румянцев А., Богичева М. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Тридэ Кукинг, 2012. - 183 с. : ил. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-904011-01-7.

2). П.10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:

10. Перечень информационных технологий, используемых при изучении дисциплины, включая перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных

Программное обеспечение:

- LibreOffice
- OpenOffice

Преподаватель кафедры:

Лагунова М.С., старший преподаватель, lagunova@bmstu.ru

ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

1). П.7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:

7. Перечень учебной литературы и дополнительных материалов, необходимых для освоения дисциплины

Литература по дисциплине:

1. English for Marketing Managers = Английский язык для маркетологов / Прозоровский С.А.
2. Marketing Learning guide / Sergeeva E.; Astafeva A.
3. The English Language of Marketing Учебное пособие / Варенина Л.П.
4. Бартеншоу К. (Ник Махон), Барфут К. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Бартеншоу К. (Ник Махон), Барфут К. ; ред. пер. Островский И. ; пер. Румянцев А., Богичева М. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Тридэ Кукинг, 2012. - 183 с. : ил. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-904011-01-7.

2). П.10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:

10. Перечень информационных технологий, используемых при изучении дисциплины, включая перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных

Программное обеспечение:

- LibreOffice
- OpenOffice

Преподаватель кафедры:

Лагунова М.С., старший преподаватель, lagunova@bmstu.ru

ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

1). П.7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:

7. Перечень учебной литературы и дополнительных материалов, необходимых для освоения дисциплины

Литература по дисциплине:

1. English for Marketing Managers = Английский язык для маркетологов / Прозоровский С.А.
2. Marketing Learning guide / Sergeeva E.; Astafeva A.
3. The English Language of Marketing Учебное пособие / Варенина Л.П.
4. Бартеншоу К. (Ник Махон), Барфут К. Фундаментальные основы креативной рекламы : [учеб. пособие] / Бартеншоу К. (Ник Махон), Барфут К. ; ред. пер. Островский И. ; пер. Румянцев А., Богичева М. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Тридэ Кукинг, 2012. - 183 с. : ил. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-904011-01-7.

2). П.10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ЧИТАТЬ В СЛЕДУЮЩЕЙ РЕДАКЦИИ:

10. Перечень информационных технологий, используемых при изучении дисциплины, включая перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных

Программное обеспечение:

- OpenOffice

Преподаватель кафедры:

Лагунова М.С., старший преподаватель, lagunova@bmstu.ru