

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета  Панфилов Д.В.
«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины
«Рынок строительной продукции и его сегментация»

Направление подготовки 08.04.01 Строительство

Профиль Экспертиза качества и маркетинг строительных материалов

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2020

Автор программы

 /И.И. Акулова/

/Заведующий кафедрой
Технологии строительных
материалов, изделий и
конструкций

 /С.М. Усачев/

Руководитель ОПОП

 /И.И. Акулова/

Воронеж 2020

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины

обучение основным экономическим законам рынка и принципам функционирования рыночного механизма, формам и рычагам государственного регулирования экономики, методам выделения целевых рыночных сегментов, особенностям товародвижения строительной продукции.

1.2. Задачи освоения дисциплины

- изучение сущности рыночного механизма, параметров и структуры рынка строительной продукции;
- изучение основных экономических законов и закономерностей развития строительного комплекса;
- изучение условий конкуренции и механизма антимонопольного регулирования экономики;
- изучение форм и методов государственного воздействия на экономическую деятельность;
- изучение особенностей и этапов жизненного цикла строительной продукции;
- изучение возможностей применения логистического подхода в системе товародвижения строительной продукции;
- изучение основных задач, принципов и критериев сегментации рынка строительной продукции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Рынок строительной продукции и его сегментация» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Рынок строительной продукции и его сегментация» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-4 - способен применять методы маркетинговых исследований, анализировать состояние рынка строительных услуг и определять тенденции его развития

ПК-7 - способен организовать финансово-хозяйственную деятельность предприятия, анализировать показатели выполнения текущих планов организации, оценивать конкурентную позицию и предпринимательские риски

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
ПК-4	Знать особенности строительной продукции и ее жизненного цикла
	Уметь собирать и систематизировать информацию о ситуации на рынке строительных услуг
	Владеть методами сегментации рынка и позиционирования строительной продукции
ПК-7	Знать сущность рыночного механизма, основных экономических законов, теории конкуренции
	Уметь разрабатывать стратегии конкуренции организации
	Владеть навыками оценки конкурентной позиции организации на рынке

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Рынок строительной продукции и его сегментация» составляет 4 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий
очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		2
Аудиторные занятия (всего)	24	24
В том числе:		
Лекции	12	12
Практические занятия (ПЗ)	12	12
Самостоятельная работа	120	120
Виды промежуточной аттестации - зачет	+	+
Общая трудоемкость: академические часы	144	144
зач.ед.	4	4

заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		2
Аудиторные занятия (всего)	14	14
В том числе:		
Лекции	6	6
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Самостоятельная работа	126	126
Часы на контроль	4	4
Виды промежуточной аттестации - зачет	+	+
Общая трудоемкость: академические часы	144	144
зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего, час
1	Рынок: понятие, краткая характеристика и структура	Понятие рынка, его характерные черты, параметры и структура. Основные экономические законы рынка. Сущность рыночного механизма и рыночное равновесие. Эластичность спроса от цены на продукт. Типы конкуренции. Деформации рыночного механизма.	2	2	-	20	24
2	Государственное регулирование рыночной экономики	Необходимость и возможность государственного регулирования рыночной экономики. Условия и объекты государственного регулирования. Формы и методы государственного регулирования экономики. Антимонопольное регулирование экономической деятельности.	2	2	-	20	24
3	Особенности и жизненный цикл строительной продукции	Виды и особенности строительной продукции. Понятие жизненного цикла продукции. Архитектурно-строительная система здания (АСС) как основа строительной продукции. «Цена потребления» строительных материалов и изделий.	2	4	-	20	26
4	Рынок строительной продукции, его особенности и структура	Рынок недвижимости, особенности и субъекты первичного рынка жилья. Особенности вторичного рынка жилья. Спрос и предложение на рынке жилой недвижимости, понятие доступности жилья. Региональный рынок строительных материалов, особенности его формирования и структура.	2	-	-	20	22
5	Сегментация рынка и позиционирование строительной продукции	Сегментация рынка и ее основные задачи. Критерии и методы рыночной сегментации. Проблема выбора целевых сегментов. Особенности сегментации рынка	4	4	-	40	48

		строительной продукции. Сегментация регионального рынка жилья по уровню доходов потребителей. Позиционирование продукции.					
Итого			12	12	-	120	144

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего, час
1	Рынок: понятие, краткая характеристика и структура	Понятие рынка, его характерные черты, параметры и структура. Основные экономические законы рынка. Сущность рыночного механизма и рыночное равновесие. Эластичность спроса от цены на продукт. Типы конкуренции. Деформации рыночного механизма.	1	2	-	25	28
2	Государственное регулирование рыночной экономики	Необходимость и возможность государственного регулирования рыночной экономики. Условия и объекты государственного регулирования. Формы и методы государственного регулирования экономики. Антимонопольное регулирование экономической деятельности.	1	2	-	25	28
3	Особенности и жизненный цикл строительной продукции	Виды и особенности строительной продукции. Понятие жизненного цикла продукции. Архитектурно-строительная система здания (АСС) как основа строительной продукции. «Цена потребления» строительных материалов и изделий.	1	2	-	25	28
4	Рынок строительной продукции, его особенности и структура	Рынок недвижимости, особенности и субъекты первичного рынка жилья. Особенности вторичного рынка жилья. Спрос и предложение на рынке жилой недвижимости, понятие доступности жилья. Региональный рынок строительных материалов,	1	-	--	25	26

		особенности его формирования и структура.					
5	Сегментация рынка и позиционирование строительной продукции	Сегментация рынка и ее основные задачи. Критерии и методы рыночной сегментации. Проблема выбора целевых сегментов. Особенности сегментации рынка строительной продукции. Сегментация регионального рынка жилья по уровню доходов потребителей. Позиционирование продукции.	2	2	-	26	30
Итого			6	8	-	126	144

5.2 Перечень практических занятий

- ПЗ-1. Эластичность спроса от цены на продукт
- ПЗ-2. Антимонопольное регулирование экономической деятельности.
- ПЗ-3. Особенности и жизненный цикл строительной продукции
- ПЗ-4. Принципы сегментации и выбор целевых рынков
- ПЗ-5. Позиционирование продукции.

5.3 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины не предусматривает выполнение курсового проекта (работы) или контрольной работы.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
ПК-4	Знать особенности строительной продукции и ее жизненного цикла	Посещение лекционных, практических и лабораторных занятий, защита лабораторных работ, ответы на тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь собирать и систематизировать информацию о ситуации на рынке строительных услуг	Посещение лекционных, практических и лабораторных занятий, защита лабораторных работ, ответы на тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть методами сегментации рынка и позиционирования строительной продукции	Посещение лекционных, практических и лабораторных занятий, защита лабораторных работ, ответы на тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
ПК-7	Знать сущность рыночного механизма, основных экономических законов, теории конкуренции	Посещение лекционных, практических и лабораторных занятий, защита лабораторных работ, ответы на тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь разрабатывать стратегии конкуренции организации	Посещение лекционных, практических и лабораторных занятий, защита лабораторных работ, ответы на тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть навыками оценки конкурентной позиции организации на рынке	Посещение лекционных, практических и лабораторных занятий, защита лабораторных работ, ответы на тест	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 2 семестре для очной формы обучения, 2 семестре для заочной формы обучения по двухбалльной системе:

«зачтено»

«не зачтено»

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие	Критерии оценивания	Зачтено	Не зачтено
--------------------	---	----------------------------	----------------	-------------------

	сформированность компетенции			
ПК-4	Знать особенности строительной продукции и ее жизненного цикла	Тест	Выполнение теста на 70-100%	Выполнение менее 70%
	Уметь собирать и систематизировать информацию о ситуации на рынке строительных услуг	Решение стандартных практических задач	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	Владеть методами сегментации рынка и позиционирования строительной продукции	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
ПК-7	Знать сущность рыночного механизма, основных экономических законов, теории конкуренции	Тест	Выполнение теста на 70-100%	Выполнение менее 70%
	Уметь разрабатывать стратегии конкуренции организации	Решение стандартных практических задач	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	Владеть навыками оценки конкурентной позиции организации на рынке	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

1. Экономика свободной торговли характеризуется

- 1) плановым ценообразованием;
- 2) свободной конкуренцией;
- 3) сочетанием рыночных и плановых регуляторов;
- 4) плановым распределением ресурсов.

2. К основным функциям рынка относятся

- 1) контролирующая;
- 2) ценообразующая;
- 3) стимулирующая;
- 4) все перечисленное.

3. Экономический закон, характеризующий изменение цены товара при изменении его предложения на рынке, называется

- 1) законом спроса;
- 2) законом предложения;
- 3) законом зависимости между предложением и спросом
- 4) законом конкуренции

4. К факторам, воздействующим на объем предложения товара на рынке, относятся

- 1) налоговая среда;
- 2) цена товара;
- 3) количество производителей;
- 4) все перечисленное.

5. Представленное на рынке потребное количество товара, обеспеченного покупательной способностью, определяет

- 1) динамику производства;
- 2) предложение;
- 3) обмен;
- 4) спрос.

6. Цена, при которой количество товаров, предложенного на рынке, равно количеству товара, на который предъявлен спрос называется

- 1) оптимальной;
- 2) рыночной;
- 3) равновесной;
- 4) ориентированной на потребителя

7. Метод конкурентной борьбы, в основу которого положено достижение более высокого качества, называется

- 1) качественной конкуренцией;
- 2) ценовой конкуренцией;
- 3) монополистической конкуренцией;
- 4) свободной конкуренцией

8. Рыночная среда, в которой цена контролируется группой предприятий, называется

- 1) рынком чистой конкуренции;
- 2) рынком монополистической конкуренции;
- 3) рынком олигополистической конкуренции;
- 4) рынком чистой монополии.

9. Фискальные инструменты государственного регулирования экономики оказывают воздействие на предпринимательскую деятельность путем

- 1) принуждения;
- 2) реализации бюджетной и налоговой политики;
- 3) реализации таможенной политики;
- 4) реализации ценовой политики

10. Противодействие монополизации экономики выражается в

- 1) разукрупнении организаций;
- 2) регулировании цен;
- 3) увеличения налогового бремени
- 4) повышении таможенных пошлин

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

1. Эластичность спроса от цены показывает на сколько процентов изменится спрос на товар при изменении его цены

- 1) на 1 %;
- 2) на 100 %
- 3) 1 р.;
- 4) в 2 раза

2. При оценке степени эффективности архитектурно-строительных систем (АСС) зданий можно учитывать многовариантность их реализации на основе морфологического анализа, первым этапом которого является

- 1) выстраивание иерархии целей;
- 2) формирование конечной цели и выявление требований к АСС;
- 3) определение альтернатив, обеспечивающих достижение заданных целей;
- 4) построение комбинаторной таблицы.

3. По типу рыночной структуры первичный рынок жилья относится к

- 1) конкурентному рынку;
- 2) рынку олигополистической конкуренции;
- 3) рынку монополистической конкуренции;
- 4) насыщенному рынку

4. По типу рыночной инфраструктуры вторичный рынок жилья относится к

- 1) конкурентному рынку;
- 2) рынку олигополистической конкуренции;
- 3) рынку монополистической конкуренции;
- 4) насыщенному рынку

5. На первичном рынке жилой недвижимости предложение формируется

- 1) имеющимся жилым фондом;
- 2) строительным рынком;
- 3) финансовым рынком;
- 4) частными инвесторами

6. Процесс разбиения потребителей на группы на основе различных предпочтений называется

- 1) простым выделением;
- 2) позиционированием;
- 3) сегментацией;
- 4) дисконтированием.

7. Сегментация рынка жилой недвижимости по социально-экономическим критериям предполагает учет

- 1) платежеспособного спроса;
- 2) размера и состава семьи;
- 4) возрастного состава семьи;
- 4) национальности

8. Формирование сегмента с учетом состава семьи относится к критерию сегментации

- 1) географическому;
- 2) психографическому;
- 3) демографическому;
- 4) поведенческому.

9. Структурная привлекательность рыночного сегмента не определяется

- 1) уровнем конкуренции,
- 2) возможностью замены продукта на принципиально новый, удовлетворяющий те же потребности
- 3) конкурентоспособностью рассматриваемых продуктов;
- 4) количеством потенциальных потребителей

10. Атрибутом позиционирования является

- 1) количество сотрудников;
- 2) мощность предприятия;
- 3) широта ассортимента выпускаемой продукции;
- 4) цена.

7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

1. К основным особенностям конечной строительной продукции не относится:

- 1) неподвижность;
- 2) продолжительный жизненный цикл;
- 3) высокая капиталоемкость;
- 4) высокая стоимость

2. Процесс развития продаж товара, состоящий из четырех последовательных этапов, называется

- 1) товародвижением;
- 2) жизненным циклом продукции;
- 3) сегментацией;
- 4) стимулированием сбыта.

3. Фаза роста в жизненном цикле продукции определяется

- 1) признанием товара покупателями и быстрое увеличение спроса на него;
- 2) стабилизацией объемов продаж;
- 3) снижением темпов роста продаж при некотором росте прибыльности;
- 4) отсутствие роста объемов продаж.

4. Самой дорогой стадией жизненного цикла продукции является

- 1) внедрение;
- 2) рост;
- 3) зрелость;
- 4) спад

5. Формирование рынка привозных строительных материалов не связано с

- 1) несоответствием качественных параметров спроса и предложения;
- 2) несоответствием количественных параметров спроса и предложения;
- 3) недостаточным уровнем конкурентоспособности продукции местных производителей;
- 4) тарифами на перевозки

6. Определение целевого рынка является функцией

- 1) сегментации;
- 2) исследования рынка;
- 3) конкуренции;
- 4) регулирования.

7. На первом этапе процесса сегментации осуществляют

- 1) выбор метода сегментации;
- 2) формирование критериев сегментации;
- 3) интерпретацию сегментов;
- 4) определение размера выборочной совокупности потребителей

8. Для сегментации рынка продуктов производственного назначения не используется критерии

- 1) географические;
- 2) социально-экономические;
- 3) ситуационные;
- 4) покупательские

9. Метод рыночной сегментации, состоящий в последовательной разбивке совокупности объектов на группы по наиболее значимым признакам, называется методом

- 1) группировок;
- 2) статистического анализа;
- 3) многомерной классификации;
- 4) экстраполяции

10. Позиционирование — это

- 1) выделение групп целевых потребителей;
- 2) выделение товара среди аналогов по определенным характеристикам, обеспечивающим его конкурентоспособность;
- 3) широкомасштабная рекламная компания;
- 4) поиск возможности расширения использования продукта без внесения в него каких-либо изменений.

7.2.5 Примерный перечень вопросов к зачету

1. Понятие рынка, его характерные черты и параметры
2. Структура рынка
3. Основные экономические законы рынка
4. Сущность рыночного механизма и равновесие рынка
5. Эластичность спроса от цены на продукт
6. Конкуренция как составной элемент рыночного механизма, типы конкуренции.

7. Деформация рыночного механизма
8. Необходимость и возможность государственного регулирования рыночной экономики
9. Условия и объекты государственного регулирования
10. Формы и методы государственного регулирования экономики
11. Антимонопольное регулирование экономической деятельности
12. Закон РФ «О защите прав потребителей»: основные права потребителя и обязанности изготовителя (продавца).
13. Виды и особенности строительной продукции
14. Жизненный цикл строительной продукции
15. Архитектурно-строительная система (АСС) здания как основа строительной продукции
16. «Цена потребления» строительных материалов и изделий
17. Структура рынка недвижимости
18. Особенности и субъекты первичного рынка жилья
19. Особенности вторичного рынка жилья
20. Спрос и предложение на рынке жилой недвижимости
21. Региональный рынок строительных материалов: понятие и особенности
22. Рынки местных и привозных строительных материалов и изделий
23. Сегментация рынка, ее основные задачи и этапы.
24. Критерии сегментации рынков потребительских товаров и продукции производственного назначения.
25. Методы рыночной сегментации: метод группировок и метод многомерной классификации
26. Проблема выбора целевых сегментов и основные подходы к их освоению
27. Особенности сегментации рынка строительной продукции
28. Сегментация регионального рынка жилья по уровню дохода потребителей
29. Сущность, виды и этапы позиционирования продукции, понятие репозиционирования продукции.
30. Сущность метода построения карт позиционирования

7.2.5 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

Не предусмотрено учебным планом

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Зачет проводится по тестам. Каждый правильный ответ на вопрос в тесте оценивается 1 баллом. Максимальное количество набранных баллов – 25.

1. Оценка «Незачтено» ставится в случае, если студент набрал менее 18 баллов.

2. Оценка «Зачтено» ставится в случае, если студент набрал 18 и более баллов.

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Рынок: понятие, краткая характеристика и структура	ПК-4, ПК-7	Тест
2	Государственное регулирование рыночной экономики	ПК-4, ПК-7	Тест
3	Особенности и жизненный цикл строительной продукции	ПК-4, ПК-7	Тест
4	Рынок строительной продукции, его особенности и структура	ПК-4, ПК-7	Тест
5	Сегментация рынка и позиционирование строительной продукции	ПК-4, ПК-7	Тест

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестирование осуществляется с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

8 УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков: учеб. пособие. - М.: Юрайт, 2010 - 906 с.
2. Асаул А.Н. Экономика недвижимости: учебник: рек. МО РФ. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2010 -621 с.
3. Экономическая теория. Учебник для вузов: рек. МО /Под ред. Т.Н.

Добрыниной. – М.: Владос, 2011. – 745 с.

4. Беляевский, И. К. Сегментирование рынка: Учебно-практическое пособие / И.К. Беляевский; Г.П. Серебровская; Т.А. Тультаев. - Москва: Евразийский открытый институт, 2009. - 95 с.

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93144>

8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Электронный ресурс <http://www.iprbookshop.ru>

Сайты по вопросам маркетинга <http://sostav.ru/> и <http://4p.ru/>

Российская ассоциация маркетинга <http://www.ram.ru/>

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Компьютерный класс, презентационное оборудование

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Рынок строительной продукции и его сегментация» читаются лекции и проводятся практические занятия.

Основой изучения дисциплины являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

Практические занятия направлены на приобретение практических навыков выбора критериев и методов сегментации, целевых сегментов, разработки конкурентной стратегии организации. Занятия проводятся путем решения конкретных задач в аудитории.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практическое занятие	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр

	рекомендуемой литературы. Просмотр презентаций по заданной теме, решение задач по алгоритму.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоения учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие: <ul style="list-style-type: none"> - работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций; - выполнение домашних заданий и расчетов; - работа над темами для самостоятельного изучения; - участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад; - подготовка к промежуточной аттестации.
Подготовка к промежуточной аттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед экзаменом три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.