

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 01.06.2024 13:51:27
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Юридический институт

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ ЮРИДИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

40.03.01 ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинг юридической деятельности» входит в программу бакалавриата «Юриспруденция» по направлению 40.03.01 «Юриспруденция» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Научно-образовательный центр «Правовые исследования». Дисциплина состоит из 5 разделов и 5 тем и направлена на изучение основ маркетинга для юридической деятельности.

Целью освоения дисциплины является получение студентами систематизированных сведений о профессиональной деятельности, а также овладение необходимыми компетенциями в соответствии с требованиями, предъявляемыми к выпускникам по направлению подготовки 40.03.01 Юриспруденция.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинг юридической деятельности» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-2	Способен квалифицированно применять правовые нормы в конкретных сферах юридической деятельности, правильно и полно отражать ее в предусмотренной законом форме	ПК-2.1 Демонстрирует знание специфики правоприменительной деятельности, порядка осуществления деятельности юрисдикционных органов, обладающих правоприменительными функциями; ПК-2.2 Владеет навыками анализа фактических обстоятельств дела, квалификации юридических фактов и возникающих в связи с ними правоотношений, выявления обстоятельств, имеющих юридическое значение; ПК-2.4 Владеет методами поиска и анализа правоприменительной практики, проведения мониторинга правоприменения в целях решения профессиональных задач;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг юридической деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинг юридической деятельности».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-2	Способен квалифицированно применять правовые нормы в конкретных сферах юридической	Административное право; Финансовое право; Налоговое право; Правоохранительная деятельность;	Преддипломная практика; Судебные системы зарубежных стран**; Актуальные проблемы правоприменения в сфере

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	деятельности, правильно и полно отражать ее в предусмотренной законом форме	<p><i>Судоустройство**;</i> <i>Антимонопольное право**;</i> <i>Градостроительное право**;</i> <i>Прокурорская деятельность**;</i> <i>Правовые основы рекламы в сети Интернет**;</i> <i>Психология лидерства юриста**;</i> Гражданское право; Гражданский процесс; Арбитражный процесс; <i>Акционерное право РФ**;</i> Экологическое право; Земельное право; Международное право; <i>Введение в юридическую профессию: имитационно-ролевой курс**;</i> Студенческое Консультативное Бюро; Теория государства и права; <i>Сравнительная техника аргументации в юридической практике**;</i> <i>Soft skills в юридической практике**;</i> <i>Уголовно-исполнительное право**;</i> Муниципальное право России; Информационные технологии в юридической деятельности;</p>	<p><i>земельно-имущественных отношений**;</i> <i>Нотариальная деятельность**;</i> <i>Судебная защита местного самоуправления**;</i> <i>Природоресурсное право**;</i> <i>Руководство юридической службой в организациях различных организационно-правовых форм**;</i> Право социального обеспечения; <i>Составление внешнеэкономических контрактов**;</i> <i>Семейное право**;</i> <i>Адвокат в уголовном процессе**;</i> <i>Международное морское право**;</i> <i>Подготовка правовых позиций в высших судах**;</i> <i>Правовые основы комплаенс-контроля**;</i> <i>Мирное разрешение международных споров**;</i> <i>Навыки анализа фактов и судебной практики**;</i> <i>Основы судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации**;</i> <i>Основы судебной экспертизы в уголовном и административном судопроизводстве**;</i></p>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг юридической деятельности» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			7.2
Контактная работа, ак.ч.	16		16
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	16		16
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	74		74
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг юридической деятельности» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			8
Контактная работа, ак.ч.	17		17
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	73		73
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Концепции и принципы современного маркетинга.	1.1	Эволюция концепций маркетинга, их характеристика. Принципы современного маркетинга. Этапы процесса управления маркетингом на предприятии.	СЗ
Раздел 2	Сегментация современного рынка	2.1	Понятие сегментации рынка, ее признаки. Назначение сегментирования. Критерии и принципы сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка. Целевой сегмент рынка. Критерии выбора сегмента рынка. Понятие емкости рынка. Типы поведения на рынке и иерархия жизненных стилей потребителей. Позиционирование товара на рынке, его виды. Позиционирование товаров: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров. Пути позиционирования товара на рынке. Стратегии маркетинга по охвату рынка.	СЗ
Раздел 3	Роль маркетинга в юридическом бизнесе	3.1	Формирование доверия к профессионалам, оценка качества юридических услуг – «неосязаемый товар», нестабильность спроса на юридические услуги, специализация юридической фирмы, понятие фирменного стиля, особенности рекламы юридических услуг.	СЗ
Раздел 4	Методы анализа рынка, опросы и исследования для построения эффективной маркетинговой стратегии.	4.1	Обзор различных методов маркетинговых исследований в B2B секторе, виды исследований и опросов клиентов юридической фирмы, оценка удовлетворенности клиентов, выявление проблемных зон на каждом этапе проекта, методика проведения маркетинговых исследований и опросов клиентов, анализ открытых источников, выявление потенциального спроса на юридические услуги при помощи маркетинговых опросов.	СЗ
Раздел 5	Стратегия и процесс продаж	5.1	Понятие воронки продаж, составление коммерческого предложения для клиентов, стимулирование перекрестных продаж, работа со «спящими» клиентами фирмы, которые давали в прошлом наибольшую выручку, роль маркетолога юридической фирмы в процессе продаж.	СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)

Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1242303. - ISBN 978-5-16-016830-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1903657>

Дополнительная литература:

1. Домнин, В. Н. Брендинг : Учебник и практикум / В. Н. Домнин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 493 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13539-8. – EDN PPVFMU.

2. Золотарева, Ю. В. Личный бренд юриста как инструмент профессионального развития и продвижения / Ю. В. Золотарева, А. А. Биль // Заметки ученого. – 2023. – № 1. – С. 112-119. – EDN AGTFKL.

3. Охременко, С. И. маркетинг в сфере юридических услуг / С. И. Охременко // Вестник Донбасской юридической академии. Юридические науки. – 2020. – № 15. – С. 100-107. – EDN BNHJMO.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

[http://www.elsevier.com/locate/scopus/](http://www.elsevier.com/locate/scopus)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинг юридической деятельности».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Маркетинг юридической деятельности» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИК:

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Майстрович Елена Витальевна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	---

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Галушкин Александр Александрович <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	--

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Ястребов Олег Александрович <i>Фамилия И.О.</i>
--	----------------------	---