

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Директор по учебной работе

Ф.И.О.

Мам 20 18 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ОД.25 Основы маркетинга

(наименование дисциплины)

Основной профессиональной образовательной программы

прикладного бакалавриата

(академического (ой)/прикладного (ой) бакалавриата/магистратуры)

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Квалификация выпускника**

бакалавр

**Форма обучения**

очная, заочная

(очная, заочная)

МАГАС, 2018 г.

## 1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины

**Цель** – формирование глубоких теоретических знаний по использованию основ маркетинга; обучение способам и подходам практического применения инструментов маркетинга в деятельности предприятий (организаций, фирм) в условиях рыночных отношений на основе эффективного использования их потенциала с ориентацией на потребителя.

### Задачи:

- формирование целостное представление об изучении теоретических основ маркетинга;
- ознакомление с прикладными методами маркетинговых исследований на макро- и микроуровне;
- формирование навыков исследования проблем и особенностей организации и планирования маркетинга на предприятиях (организациях, фирмах) различных отраслей экономики;
- формирование знаний в области реализации товарной, ценовой и коммуникационной политики;
- формирование способностей оценки конкурентоспособности товара и компании;
- формирование представления о механизмах международного маркетинга;
- формирование знаний в области применения правовой и нормативной базы в организации маркетинговой деятельности;
- формирование навыков творческой реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности бакалавра экономиста на предприятии (организации, фирме).

## 2. Место учебной дисциплины в структуре опоп во

Дисциплина «Основы маркетинга» относится к обязательным дисциплинам вариативной части Блока 1 учебного плана.

В соответствии с учебным планом период обучения по дисциплине – 4-й семестр.

Дисциплина «Основы маркетинга» в силу занимаемого ей места в ФГОС ВО, ОПОП ВО и учебном плане по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление предполагает взаимосвязь с другими изучаемыми дисциплинами.

В качестве «входных» знаний дисциплины «Основы маркетинга» используются знания и умения, полученные обучающимися при изучении дисциплин Теория и практика менеджмента, Теория управления.

Дисциплина «Основы маркетинга» может являться предшествующей при изучении дисциплин Маркетинг территорий, Управление в общественной сфере, Управленческий консалтинг.

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины. ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершении освоения программы учебной дисциплины (модуля)

ОК-1, ОК-3, ОК-7, ПК-4

Таблица 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся	Степень реализации компетенции при изучении дисциплины (модуля)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)		
		Знания	Умения	Владения (навыки)

в результате освоения образовательной программы				
<b>а) общекультурные компетенции</b>				
ОК-1 Способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	Компетенция реализуется в части применения Основ маркетинга в профессиональной деятельности	основные направления и проблематику современной философии для формирования собственной мировоззренческой позиции	проводить сравнение различных философских концепций по конкретной проблеме, отмечая практическую ценность определенных философских положений и выявляя основания, на которых строится философская концепция	навыками выражения и обоснования собственной мировоззренческой позиции относительно современных проблем
ОК-3 Способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Компетенция реализуется в части применения Основ маркетинга в профессиональной деятельности	современные экономические методы сбора, измерения, мониторинга и анализа данных; современные социально-экономические концепции и модели в различных сферах деятельности	применять экономические знания в анализе социально-значимых проблем и процессов при осуществлении профессиональной деятельности	навыками разработки целей и постановки экономических и управленческих задач; аналитическим и инструментами, позволяющими использовать экономические знания в профессиональной деятельности
ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию	Компетенция реализуется в части применения Основ маркетинга в профессиональной деятельности	систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления в целях	применять знания о тенденциях и направлениях профессионального развития общества для самоорганизации и самообразовани	приемами самообследования и поиска информации в целях профессионального развития; навыками организации самообразовани

		саморазвития; методики профессиональ но-творческого и системного развития; законы и закономерност и организационн ого и персонального развития	я; анализировать культурную, профессиональ ную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств; критически оценивать достижения и неудачи в своей профессиональ ной деятельности	я, технологиями приобретения, использования и обновления знаний; навыками планирования процесса развития профессиональ ного мастерства и повышения уровня квалификации
<b>б) общепрофессиональные компетенции</b>				
Не предусмотрено				
<b>в) профессиональные компетенции</b>				
ПК-4 Способностью проводить оценку инвестиционны х проектов при различных условиях инвестирования и финансировани я	Компетенция реализуется в части применения Основ маркетинга в профессиональ ной деятельности	принципы принятия и методы обоснования решений о реализации инвестиционны х и инновационных проектов в государственны х (муниципальны х) учреждениях; принципы и критерии оценки реализации инвестиционны х проектов; методы обоснования решений о реализации инвестиционны х и инновационных проектов в	рассчитывать показатели эффективности инвестиционны х проектов при различных условиях инвестирования и финансирования ; осуществлять оценку инвестиционны х проектов в различных условиях; принимать решения о финансировани и инвестиционны х проектов при различных условиях инвестирования и финансирования	методами количественног о и качественного анализа инвестиционны х проектов с учетом изменяющихся условий; методами государственно й поддержки инвестиционной деятельности; методами принятия решений и финансировани и инвестиционны х проектов с учетом изменяющихся условий

		государственны х (муниципальны х) учреждениях		
--	--	--	--	--

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Виды учебных занятий	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	в семестре
			4
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>
<b>ОБЩАЯ трудоемкость</b> по учебному плану		<b>72</b>	<b>72</b>
<b>Контактные часы</b>	<b>2</b>	<b>58</b>	<b>58</b>
Лекции (Л)		38	38
Семинары (С)		0	0
Практические занятия (ПЗ)		18	18
Лабораторные работы (ЛР)		0	0
Групповые консультации (ГК) и (или) индивидуальная работа с обучающимся (ИР), предусмотренные учебным планом подготовки		2	2
<b>Промежуточная аттестация:</b> зачет			
<b>Самостоятельная работа (СР)</b> в том числе по курсовой работе (проекту)	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>14</b>

Таблица 2.1 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся на заочном отделении

Виды учебных занятий	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	в семестре
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>
<b>ОБЩАЯ трудоемкость</b> по учебному плану	<b>0</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>Контактные часы</b>	<b>0,22</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
Лекции (Л)		8	8
Семинары (С)		0	0
Практические занятия (ПЗ)			
Лабораторные работы (ЛР)		0	0
Групповые консультации (ГК) и (или) индивидуальная работа с обучающимся (ИР), предусмотренные учебным планом подготовки			
<b>Промежуточная аттестация:</b> зачет		<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Самостоятельная работа (СР)</b> в том числе по курсовой работе (проекту)	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>60</b>

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий**

В данном разделе приводится содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий. Структура дисциплины по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий приведена в Таблице 3, содержание дисциплины по темам (разделам) – в Таблице 4.

Таблица 3. Структура дисциплины по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

№	Наименование темы (раздела)	Количество часов					
		Всего	Контактные часы (аудиторная работа)				СР
			Л	С	ПЗ	ГК/ИК	
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>	<i>гр.5</i>	<i>гр.6</i>	<i>гр.7</i>	<i>гр.8</i>
<b>Семестр № 4</b>							
1.	Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции.	12	6	3		1	2
2.	Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга.	12	6	3		1	2
3.	Маркетинговые исследования.	11	6	3			2
4.	Товар и товарный ассортимент в системе маркетинга.	11	6	3			2
5.	Товародвижение.	13	7	3			3
6.	Политика ценообразования. Продвижение товаров.	13	7	3			3
<b>Всего</b>		<b>72</b>	<b>38</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>14</b>
<b>Промежуточная аттестация</b> зачет							
<b>ИТОГО</b>		<b>72</b>	<b>58</b>				<b>14</b>

Примечание: Л – лекции, С – семинары, ПЗ – практические занятия, ГК/ИК – групповые / индивидуальные консультации

Таблица 4. Содержание дисциплины по темам (разделам)

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
1.	Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции.	Основные определения маркетинга как экономической категории. Принципы маркетинга. Качественные и количественные цели. Основные задачи маркетинга. Основные функции маркетинга. Реализация функций

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
		маркетинга. Концепции маркетинга. Основные концепции маркетинга и их содержание. Основное отличие концепции маркетинга от других концепций.
2.	Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга.	Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Поставщики, посредники, клиенты, конкуренты, контактные аудитории. Основные факторы макросреды. Демографическая среда. Природная среда. Экономическая среда. Культурная среда. Политическая среда. Научно-техническая среда
3.	Маркетинговые исследования.	Определение, сущность и структура маркетингового исследования. Количественные и качественные маркетинговые исследования. Информационное обеспечение маркетинговых исследований. Этапы и причины, проведения маркетинговых исследований. Методы сбора первичной информации
4.	Товар и товарный ассортимент в системе маркетинга.	Три уровня товара в маркетинге. Классификация товара. Жизненный цикл товара. Ассортиментная группа и номенклатура.
5.	Товародвижение.	Товародвижение как процесс. Каналы распределения: определение, уровни. Оптовая и розничная торговля. Оптимизация каналов распределения. Организация каналов распределения и доставки товаров в труднодоступные районы севера Тюменской области.
6.	Политика ценообразования. Продвижение товаров.	Цена и ценообразующие факторы. Принципы установления цен. Методы расчета цен в маркетинге. Стратегии ценообразования. Реклама: постановка задач. Стимулирование сбыта. Выбор средств стимулирования сбыта и разработка программы стимулирования сбыта. ПР – определение, достоинства и недостатки.

Таблица 4.1

№	Тема	Для изучения темы, обучающийся должен		
		Знать	Уметь	Владеть
1.	Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции.	основные направления и проблематику современной философии для формирования собственной мировоззренческой	проводить сравнение различных философских концепций по конкретной проблеме, отмечая практическую	навыками выражения и обоснования собственной мировоззренческой позиции относительно современных

		позиции	ценность определенных философских положений и выявляя основания, на которых строится философская концепция	проблем
2.	Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга.	современные экономические методы сбора, измерения, мониторинга и анализа данных; современные социально-экономические концепции и модели в различных сферах деятельности	применять экономические знания в анализе социально-значимых проблем и процессов при осуществлении профессиональной деятельности	навыками разработки целей и постановки экономических и управленческих задач; аналитическими инструментами, позволяющими использовать экономические знания в профессиональной деятельности
3.	Маркетинговые исследования.	систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления в целях саморазвития; методики профессионально-творческого и системного развития; законы и закономерности организационного и персонального развития	применять знания о тенденциях и направлениях профессионального развития общества для самоорганизации и самообразования; анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств; критически оценивать достижения и неудачи в своей профессиональной деятельности	приемами самоисследования и поиска информации в целях профессионального развития; навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления знаний; навыками планирования процесса развития профессионального мастерства и повышения уровня квалификации
4.	Товар и товарный ассортимент в системе маркетинга.	принципы принятия и методы обоснования решений о	рассчитывать показатели эффективности инвестиционных	методами количественного и качественного анализа

		реализации инвестиционных и инновационных проектов в государственных (муниципальных) учреждениях; принципы и критерии оценки реализации инвестиционных проектов; методы обоснования решений о реализации инвестиционных и инновационных проектов в государственных (муниципальных) учреждениях	проектов при различных условиях инвестирования и финансирования; осуществлять оценку инвестиционных проектов в различных условиях; принимать решения о финансировании инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования	инвестиционных проектов с учетом изменяющихся условий; методами государственной поддержки инвестиционной деятельности; методами принятия решений и финансировании инвестиционных проектов с учетом изменяющихся условий
5.	Товародвижение.	основные направления и проблематику современной философии для формирования собственной мировоззренческой позиции	проводить сравнение различных философских концепций по конкретной проблеме, отмечая практическую ценность определенных философских положений и выявляя основания, на которых строится философская концепция	навыками выражения и обоснования собственной мировоззренческой позиции относительно современных проблем
6.	Политика ценообразования. Продвижение товаров.	современные экономические методы сбора, измерения, мониторинга и анализа данных; современные социально-экономические концепции и модели в различных сферах деятельности	применять экономические знания в анализе социально-значимых проблем и процессов при осуществлении профессиональной деятельности	навыками разработки целей и постановки экономических и управленческих задач; аналитическими инструментами, позволяющими использовать экономические знания в профессиональной деятельности

## **6. Образовательные технологии**

Образовательный процесс по дисциплине организован в форме учебных занятий (контактная работа (аудиторной и внеаудиторной) обучающихся с преподавателем и самостоятельная работа обучающихся). Учебные занятия представлены следующими видами, включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости:

- лекции (занятия лекционного типа);
- семинары, практические занятия (занятия семинарского типа);
- групповые консультации;
- индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся;
- самостоятельная работа обучающихся;
- занятия иных видов.

На учебных занятиях обучающиеся выполняют запланированные настоящей программой отдельные виды учебных работ. Учебное задание (работа) считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

В рамках самостоятельной работы обучающиеся осуществляют теоретическое изучение дисциплины с учётом лекционного материала, готовятся к практическим занятиям, выполняют домашнее задания, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Содержание дисциплины, виды, темы учебных занятий и форм контрольных мероприятий дисциплины представлены в разделе 5 настоящей программы и фонде оценочных средств по дисциплине.

**Текущая аттестация по дисциплине (модулю).** Оценивание обучающегося на занятиях осуществляется в соответствии с положением о текущей аттестации обучающихся в университете.

По итогам текущей аттестации, ведущий преподаватель (лектор) осуществляет допуск обучающегося к промежуточной аттестации.

**Допуск к промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).** Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных настоящей программой дисциплины в полном объеме. Преподаватель имеет право изменять количество и содержание заданий, выдаваемых обучающимся (обучающемуся), исходя из контингента (уровня подготовленности).

Допуск обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине осуществляет преподаватель, ведущий семинарские (практические) занятия.

Обучающийся, имеющий учебные (академические) задолженности (пропуски учебных занятий, не выполнивший успешно задания(е)) обязан отработать их в полном объеме.

**Отработка учебных (академических) задолженностей по дисциплине (модулю).** В случае наличия учебной (академической) задолженности по дисциплине, обучающийся отработывает пропущенные занятия и выполняет запланированные и выданные преподавателем задания. Отработка проводится в период семестрового обучения или в период сессии согласно графику (расписанию) консультаций преподавателя.

Обучающийся, пропустивший *лекционное занятие*, обязан предоставить преподавателю реферативный конспект соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым вопросам в соответствии с настоящей программой.

Обучающийся, пропустивший *практическое занятие*, отработывает его в форме реферативного конспекта соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым на *практическом* занятии

вопросам в соответствии с настоящей программой или в форме, предложенной преподавателем. Кроме того, выполняет все учебные задания. Учебное задание считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

Преподаватель имеет право снизить балльную (в том числе рейтинговую) оценку обучающемуся за невыполненное в срок задание (по неуважительной причине).

**Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю).** Формой промежуточной аттестации по дисциплине определен зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в соответствии с положением о промежуточной аттестации обучающихся в университете и оценивается: и рейтинговых баллов, назначаемых в соответствии с принятой в вузе балльно-рейтинговой системой.

Оценка знаний обучающегося оценивается по критериям, представленным в фонде оценочных средств по дисциплине.

### 7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Таблица 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№ раздела	Наименование раздела	Содержание средств контроля (вопросы самоконтроля)	Учебно-методическое обеспечение*	Трудоемкость
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>	<i>гр.5</i>
1.	Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции.	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	2
2.	Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга.	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	2
3.	Маркетинговые исследования.	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с	О: [1-3] Д: [1-3]	2

		темой		
4.	Товар и товарный ассортимент в системе маркетинга.	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	2
5.	Товародвижение.	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	3
6.	Политика ценообразования. Продвижение товаров.	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	3

Примечание: О: – основная литература, Д: – дополнительная литература; в скобках – порядковый номер по списку

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Система накопления результатов выполнения заданий позволит вам создать копилку знаний, умений и навыков, которую можно использовать как при прохождении практики, так и в будущей профессиональной деятельности.

### **8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), входящий в состав соответственно рабочей программы дисциплины (модуля), включает в себя:

- перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (п. 3);
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, а также описание шкал оценивания, включающих три уровня освоения компетенций (минимальный, базовый, высокий). Примерные критерии оценивания различных форм промежуточной аттестации приведены в таблицах 8.1 и 8.2. Такие критерии должны быть разработаны по всем формам оценочных

- средств, используемых для формирования компетенций данной дисциплины;
- типовые контрольные задания и другие материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
  - методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

**Таблица 6.1**

**Критерии оценки промежуточной аттестации в форме зачета**

Оценка	Характеристика требований к результатам аттестации в форме зачета
«Зачтено»	Теоретическое содержание курса освоено полностью без пробелов или в целом, или большей частью, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы или в основном сформированы, все или большинство предусмотренных рабочей программой учебных заданий выполнены, отдельные из выполненных заданий содержат ошибки
«Не зачтено»	Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые навыки работы не сформированы или сформированы отдельные из них, большинство предусмотренных рабочей учебной программой заданий не выполнено либо выполнено с грубыми ошибками, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимуму.

**Таблица 6.2**

**Критерии оценки промежуточной аттестации в форме экзамена**

Оценка	Характеристика требований к результатам аттестации в форме экзамена
«Отлично»	Теоретическое содержание курса освоено полностью без пробелов, системно и глубоко, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные рабочей учебной программой учебные задания выполнены безупречно, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимуму.
«Хорошо»	Теоретическое содержание курса освоено в целом без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, предусмотренные рабочей учебной программой учебные задания выполнены с отдельными неточностями, качество выполнения большинства заданий оценено числом баллов, близким к максимуму.
«Удовлетворительно»	Теоретическое содержание курса освоено большей частью, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных рабочей учебной программой учебных заданий выполнены, отдельные из выполненных заданий содержат ошибки.
«Неудовлетворительно»	Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые навыки работы не сформированы или сформированы отдельные из них, большинство предусмотренных рабочей учебной программой учебных заданий не выполнено либо выполнено с грубыми ошибками, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимуму.

Все формы оценочных средств, приводимые в рабочей программе, должны соответствовать содержанию учебной дисциплины, и определять степень сформированности компетенций по каждому результату обучения.

**Таблица 6.3.**

**Степень формирования компетенций формами оценочных средств по темам дисциплины**

№ п/п	Тема	Форма оценочного средства	Степень формирования компетенции
1.	Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции.	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-1, ОК-3, ОК-7, ПК-4(60%)
2.	Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга.	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-1, ОК-3, ОК-7, ПК-4(60%)
3.	Маркетинговые исследования.	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-1, ОК-3, ОК-7, ПК-4(60%)
4.	Товар и товарный ассортимент в системе маркетинга.	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-1, ОК-3, ОК-7, ПК-4(60%)
5.	Товародвижение.	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-1, ОК-3, ОК-7, ПК-4(60%)
6.	Политика ценообразования.	Реферат Тесты	ОК-1, ОК-3, ОК-7,

	Продвижение товаров.	Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ПК-4(60%)
--	----------------------	--	-----------

**Типовые контрольные задания и другие материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Вопросы текущего контроля успеваемости на семинарах (практических занятиях)**

- 1 Основные категории маркетинга.
- 2 Экономическая сущность рынка. Рынок продавца и рынок покупателя.
- 3 Основные концепции управления предприятием на принципах маркетинга и их характеристика.
- 4 Комплекс маркетинга и его составляющие. Функции маркетинга.
- 5 Виды спроса и задачи маркетинга, соответствующие этим состояниям.

#### **Типовые темы рефератов**

- 1.Маркетинг как форма рынка
- 2.Маркетинг как специфическая форма хозяйствования
- 3.Особенности эволюционного развития концепции маркетинга
- 4.Конъюнктура рынка и ее колебания. Спрос и предложения
- 5.Маркетинговая среда: изучение и контроль

#### **Типовые тесты / задания**

- 1.Конечной целью маркетинга является:
  - а) максимизация прибыли;
  - б) производство товаров новинок;
  - в) стимулирование продаж.
- 2.Цели деятельности фирм и цели маркетинга:
  - а) совершенно идентичны;
  - б) тесно взаимосвязаны;
  - в) совершенно не связаны.
- 3.Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена - это
  - а) торговля;
  - б) менеджмент;
  - в) маркетинг.
- 4.Все, что может удовлетворить нужду:
  - а) потребность;
  - б) товар;
  - в) запрос.
- 5.Служащий компании, занимающийся анализом, планированием, претворением в жизнь намеченного функциями контроля - это
  - а) менеджер;
  - б) торговый агент;
  - в) управляющий по маркетингу.

#### **Типовые контрольные вопросы**

- 1.Что такое сбыт и как понятие «сбыт» соотносится с понятием «продажа»?

2. Что такое канал распределения? Чем определяется длина и ширина канала распределения?
3. Какие функции, помимо сбытовой, выполняют современные каналы распределения?
4. Зачем нужны посредники? Назовите положительные и отрицательные аспекты работы с посредниками? В чем различие между прямыми и косвенными каналами товародвижения?
5. Как выглядит структура классического канала распределения?

### **Типовые вопросы к промежуточной аттестации**

1. Понятие маркетинга и история его возникновения;
2. Эволюция концепций маркетинга;
3. Цели, задачи и принципы маркетинга;
4. Функции маркетинга и его инструменты (комплекс маркетинга);
5. Виды маркетинга;

Все оценочные средства к дисциплине приведены в ФОС, который является приложением к настоящей РПД.

## **9. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины/модуля**

### **9.1. Основная литература**

1. Соколова Н.Г. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : практикум / Н.Г. Соколова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 266 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54505.html>
2. Морозов Ю.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Морозов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 148 с. — 978-5-394-02156-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60466.html>
3. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / И.Л. Акулич. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Вышэйшая школа, 2014. — 544 с. — 978-985-06-2539-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35493.html>

### **9.2. Дополнительная литература**

1. Данченко Л.А Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А Данченко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2008. — 260 с. — 978-5-374-00131-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11037.html>
2. Аренков И.А. Маркетинг предприятия [Электронный ресурс] : учебник / И.А. Аренков, М.М. Глазов, И.Г. Фирова. — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Российский государственный гидрометеорологический университет, 2009. — 448 с. — 978-5-86813-241-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12494.html>
3. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.А. Тультаев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2008. — 1176 с. — 978-5-374-00135-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10712.html>

## **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: <http://elibrary.ru/> (дата обращения 11.05.2018).
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/> (дата обращения 11.05.2018).
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php> (дата обращения

11.07.2018). – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.

4. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/> (дата обращения 11.07.2018). – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.

## **11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Методические указания предназначены для помощи обучающимся в освоении. Для успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, которая является важнейшей формой организации учебного процесса. Лекция:

- знакомит с новым учебным материалом,
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания,
- систематизирует учебный материал,
- ориентирует в учебном процессе.

*Подготовка к лекции* заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции,
- выясните тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора),
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,
- постарайтесь определить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке,
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

*Подготовка к практическим занятиям:*

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,
- выпишите основные термины,
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов,
- определите, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя,
- выполните домашнее задание.

Учтите, что:

- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы (последние являются эффективными формами работы);
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

*Подготовка к промежуточной аттестации.* К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не удовлетворительные результаты.

В самом начале учебного курса познакомьтесь с рабочей программой дисциплины и другой учебно-методической документацией, включающими:

- перечень знаний и умений, которыми обучающийся должен владеть;
- тематические планы лекций и практических занятий;
- контрольные мероприятия;
- учебники, учебные пособия, а также электронные ресурсы;
- перечень экзаменационных вопросов (вопросов к зачету).

После этого у вас должно сформироваться чёткое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для прохождения промежуточной аттестации.

## **12. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

### **12.1. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

При осуществлении образовательного процесса применяются информационные технологии, необходимые для подготовки презентационных материалов и материалов к занятиям (компьютеры с программным обеспечением для создания и показа презентаций, с доступом в сеть «Интернет», поисковые системы и справочные, профессиональные ресурсы в сети «Интернет»).

В вузе оборудованы помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.

### **12.2. Перечень программного обеспечения**

Для подготовки презентаций и их демонстрации необходима программа Impress из свободного пакета офисных приложений OpenOffice (или иной аналог с коммерческой или свободной лицензией).

### **12.3. Перечень информационных справочных систем**

1. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс] // Академик. – URL: <http://dic.academic.ru>.
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.

## **13. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины/модуля**

Материально-техническое обеспечение учебного процесса по дисциплине определено нормативными требованиями, регламентируемыми приказом Министерства образования и науки РФ № 986 от 4 октября 2010 г. «Об утверждении федеральных требований к образовательным учреждениям в части минимальной оснащенности учебного процесса и оборудования учебных помещений», Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки.

Для проведения всех видов учебных занятий по дисциплине и обеспечения интерактивных методов обучения, необходимы столы, стулья (на группу по количеству посадочных мест с возможностью расстановки для круглых столов, дискуссий, прочее); доска интерактивная с рабочим местом (мультимедийный проектор с экраном и рабочим местом); желателен доступ в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при реализации настоящей дисциплины ОПОП ВО необходимо также учитывать образовательные потребности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, обеспечивать условия для их эффективной реализации, а также возможности беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья к объектам инфраструктуры образовательного учреждения.