

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Ф.И.О.

25.05.

2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ОД.20 Маркетинг
(наименование дисциплины)

Основной профессиональной образовательной программы

прикладного бакалавриата

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

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Налоги и налогообложение

(наименование профиля подготовки (при наличии))

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения

очная, заочная

(очная, заочная)

МАГАС, 2018 г.

1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Цель – Получение знаний, формирование умений и навыков использования в практической деятельности организаций информации, полученной в результате маркетинговых действий, необходимых для участия в разработке маркетинговой стратегии организаций, планирования и осуществления мероприятий, направленных на ее реализацию.

Задачи:

- усвоение основных понятий в области маркетинга; развитие навыков, необходимых для выявления, формирования и удовлетворение потребностей; формирование навыков, необходимых для организации проведения маркетинговых исследований: сбора, хранения, обработки, анализа и оценка маркетинговой информации; формирование навыков, необходимых для разработки комплекса маркетинга и применения его инструментов, в т.ч. интегрированных маркетинговых коммуникаций; приобретение умений и формирование навыков, необходимых для анализа и оценки маркетинговой деятельности по разработке стратегии и тактики маркетинга организации.

2. Место учебной дисциплины в структуре опп во

Дисциплина «Маркетинг» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Б.В.ОД.20 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

В соответствии с учебным планом период обучения по дисциплине – 6-й семестр.

Дисциплина «Маркетинг» в силу занимаемого ей места в ФГОС ВО, ОПОП ВО и учебном плане по направлению подготовки 38.03.03 « Экономика» профиль «Налоги и налогообложение» предполагает взаимосвязь с другими изучаемыми дисциплинами.

В качестве «входных» знаний дисциплины «Маркетинг» используются знания и умения, полученные обучающимися при изучении дисциплин «Теория менеджмента», «Психология», «Экономическая теория».

Дисциплина «Маркетинг» может являться предшествующей при изучении дисциплин « Менеджмент», «Планирование и прогнозирование в менеджменте», «Налоговый менеджмент».

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

ОПК-3, ПК-3, ПК-4

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

Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы	Степень реализации компетенции при изучении дисциплины (модуля)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)		
		Знания	Умения	Владения (навыки)
а) общекультурные компетенции				

Не предусмотрено				
б) общепрофессиональные компетенции				
<p>ОПК-3 «Способностью выбирать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии, поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы»</p>	<p>Компетенция реализуется в части применения Маркетинга в профессиональной деятельности</p>	<p>современные экономические методы сбора, измерения, мониторинга и анализа данных; современные социально-экономические концепции и модели в различных сферах деятельности</p>	<p>применять экономические знания в анализе социально-значимых проблем и процессов при осуществлении профессиональной деятельности</p>	<p>навыками разработки целей и постановки экономических и управленческих задач; аналитическими инструментами, позволяющим использовать экономические знания в профессиональной деятельности</p>
в) профессиональные компетенции				

<p>ПК-3 способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами</p>	<p>Компетенция реализуется в части применения Маркетинга в профессиональной деятельности</p>	<p>факторы макроэкономической среды и современный методический инструментарий оценки их воздействия на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; структуру рыночных и специфических рисков, а также методы их выявления и оценки; модели поведения потребителей экономических благ и формирования спроса с учетом структуры рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; проводить оценку рисков; анализировать поведение потребителей с целью формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>навыками проведения многофакторного анализа воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; методами выявления и оценки рыночных и специфических рисков; навыками изучения экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли для анализа поведения потребителей экономических благ</p>
---	--	--	--	--

<p>ПК-4 Способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты</p>	<p>Компетенция реализуется в части применения Маркетинга в профессиональной деятельности</p>	<p>современное состояние предпринимательской деятельности в Российской Федерации; теоретические основы выявления новых рыночных возможностей для предпринимательской деятельности; концептуальные основы, сущность и принципы бизнес-моделирования</p>	<p>оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; разрабатывать предложения по формированию благоприятных условий осуществления предпринимательской деятельности; проектировать новые бизнес-модели</p>	<p>навыками оценки условий осуществления предпринимательской деятельности; методами выявления новых рыночных возможностей; навыками формирования бизнес-моделей осуществления предпринимательской деятельности в выбранной профессиональной сфере</p>
---	--	--	---	---

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
			6
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>
ОБЩАЯ трудоемкость по учебному плану	3	108	108
Контактные часы		60	60
Лекции (Л)		20	20
Семинары (С)		0	0
Практические занятия (ПЗ)		38	38
Лабораторные работы (ЛР)		0	0
Групповые консультации (ГК) и (или) индивидуальная работа с обучающимся (ИР), предусмотренные учебным планом подготовки		0	0

Виды учебных занятий	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	в семестре
			6
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>
Промежуточная аттестация: зачет			
ксп		2	2
Самостоятельная работа (СР) в том числе по курсовой работе (проекту)	0	60	60

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
			9
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>
ОБЩАЯ трудоемкость по учебному плану	2	72	72
Контактные часы		12	12
Лекции (Л)		8	8
Семинары (С)		0	0
Практические занятия (ПЗ)		0	0
Лабораторные работы (ЛР)		0	0
Групповые консультации (ГК) и (или) индивидуальная работа с обучающимся (ИР), предусмотренные учебным планом подготовки		0	0
Промежуточная аттестация: зачет		4	4
Самостоятельная работа (СР) в том числе по курсовой работе (проекту)	0	60	60

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

№	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>
Семестр № 6							
1.	Основные понятия, определения и концепции маркетинга	18	2				16
2.	Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование	18	2				16
3.	Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга	18					16
4.	Комплексное исследование рынка: информация, анализ и прогноз	18	2				16
5.	Товар в маркетинге. Разработка ценовой политики.	18	2				16
6.	Формирование спроса и стимулирование сбыта.	18					16
Всего		108	8				96
ИТОГО		108					96

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.	Основные понятия, определения и концепции маркетинга	Основные понятия, определения и концепции маркетинга. Эволюция концепций маркетинга на примерах Российских и зарубежных практик.
2.	Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование	Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование. Формализованные подходы к выбору возможностей развития. Сегментирование: профиль сегмента критерии выбора, карты позиционирования.
3.	Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга	Разработка комплекса маркетинга. Практическое занятие. Стратегия маркетинга, формирование продуктовой и ценовой политик. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
4.	Комплексное исследование рынка: информация, анализ и прогноз	Методика проведения маркетингового исследования и инструменты международного маркетинга. Информация в маркетинге и маркетинговая информационная система.
5.	Товар в маркетинге. Разработка ценовой политики.	Товар в маркетинге. Разработка ценовой политики. Управление конкурентоспособностью товара.
6.	Формирование спроса и стимулирование сбыта.	Формирование спроса и стимулирование сбыта.

Таблица 4.1

№	Тема	Для изучения темы, обучающийся должен		
		Знать	Уметь	Владеть

1.	Основные понятия, определения и концепции 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
2.	Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование	факторы макроэкономической среды и современный методический инструментарий оценки их воздействия на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; структуру рыночных и специфических рисков, а также методы их выявления и оценки; модели поведения потребителей экономических благ и формирования спроса с учетом структуры рынков и конкурентной среды отрасли	оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; проводить оценку рисков; анализировать поведение потребителей с целью формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	навыками проведения многофакторного анализа воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; методами выявления и оценки рыночных и специфических рисков; навыками изучения экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли для анализа поведения

				потребителей экономических благ
3.	Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга	современное состояние предпринимательской деятельности в Российской Федерации; теоретические основы выявления новых рыночных возможностей для предпринимательской деятельности; концептуальные основы, сущность и принципы бизнес-моделирования	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; разрабатывать предложения по формированию благоприятных условий осуществления предпринимательской деятельности; проектировать новые бизнес-модели	навыками оценки условий осуществления предпринимательской деятельности; методами выявления новых рыночных возможностей; навыками формирования бизнес-моделей осуществления предпринимательской деятельности в выбранной профессиональной сфере

4.	Комплексное исследование рынка: информация, анализ и прогноз	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
5.	Товар в маркетинге. Разработка ценовой политики.	факторы макроэкономической среды и современный методический инструментарий оценки их воздействия на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; структуру рыночных и специфических рисков, а также методы их выявления и оценки; модели поведения потребителей экономических благ и	оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; проводить оценку рисков; анализировать поведение потребителей с целью формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур	навыками проведения многофакторного анализа воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; методами выявления и оценки рыночных и специфических рисков; навыками изучения экономических основ поведения

		формирования спроса с учетом структуры рынков и конкурентной среды отрасли	рынков и конкурентной среды отрасли	организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли для анализа поведения потребителей экономических благ
6.	Формирование спроса и стимулирование сбыта.	современное состояние предпринимательской деятельности в Российской Федерации; теоретические основы выявления новых рыночных возможностей для предпринимательской деятельности; концептуальные основы, сущность и принципы бизнес-моделирования	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; разрабатывать предложения по формированию благоприятных условий осуществления предпринимательской деятельности; проектировать новые бизнес-модели	навыками оценки условий осуществления предпринимательской деятельности; методами выявления новых рыночных возможностей; навыками формирования бизнес-моделей осуществления предпринимательской деятельности в выбранной профессиональной сфере

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 отрабатывает 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*, отрабатывает 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 бальную (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 экзамен.

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.	Основные понятия, определения и концепции 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]	20
2.	Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	20
3.	Разработка и практическая реализация комплекса 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]	20
4.	Комплексное исследование рынка: информация, анализ и прогноз	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	20

5.	Товар маркетинге. Разработка ценовой политики.	в Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	19
6.	Формирование спроса и стимулирование сбыта.	и Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	19

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.	Основные понятия, определения и концепции маркетинга	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	<i>ОК-3, ПК-9, ПК-17</i> <i>(60%)</i>
2.	Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	<i>ОК-3, ПК-9, ПК-17</i> <i>(60%)</i>
3.	Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	<i>ОК-3, ПК-9, ПК-17</i> <i>(60%)</i>

4.	Комплексное исследование рынка: информация, анализ и прогноз	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	<i>ОК-3, ПК-9, ПК-17</i> (60%)
5.	Товар в маркетинге. Разработка ценовой политики.	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	<i>ОК-3, ПК-9, ПК-17</i> (60%)
6.	Формирование спроса и стимулирование сбыта.	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	<i>ОК-3, ПК-9, ПК-17</i> (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)

Тема 1. Основные понятия, определения и концепции маркетинга

- 1 Основные понятия, определения и концепции маркетинга.
- 2 Эволюция концепций маркетинга на примерах Российских и зарубежных практик.

Тема 2. Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование

- 1 Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование.
- 2 Формализованные подходы к выбору возможностей развития.
- 3 Сегментирование: профиль сегмента.

Тема 3. Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга

- 1 Разработка комплекса маркетинга.
- 2 Практическое занятие.
- 3 Стратегия маркетинга, формирование продуктовой и ценовой политик.

Тема 4. Комплексное исследование рынка: информация, анализ и прогноз

- 1 Методика проведения маркетингового исследования и инструменты

международного маркетинга.

2 Информация в маркетинге и маркетинговая информационная система.

Тема 5. Товар в маркетинге. Разработка ценовой политики.

1 Товар в маркетинге.

2 Разработка ценовой политики.

3 Управление конкурентоспособностью товара.

Тема 6. Формирование спроса и стимулирование сбыта.

1 Критерии выбора.

2 Карты позиционирования.

Типовые темы рефератов

1. Современный маркетинг
2. Характеристика маркетинговой деятельности компании (на конкретном примере)
3. Примеры использования концепции социально-ответственного маркетинга в деятельности отечественных и зарубежных предприятий
4. Методы анализа маркетинговой среды компании
5. Методы качественных исследований рынка

Типовые тесты / задания

- 1 Какая из указанных функций не относится к маркетинговой деятельности?
 - a) исследование микросреды
 - b) исследование поставщиков
 - c) формирование рекламного бюджета
 - d) выбор технологии производства
- 2 Спрос на товар (услугу) – это:
 - a) нужда в конкретном виде продукции
 - b) потребность в товаре (услуге)
 - c) потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем
 - d) желание приобрести товар
- 3 Согласно концепции маркетинга, предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли за счёт:
 - a) поддержания максимальных цен на товары, допускаемых конъюнктурой рынка
 - b) максимального снижения издержек производства
 - c) удовлетворения потребностей как можно большего числа покупателей
 - d) удовлетворения тех потребностей покупателей, удовлетворение которых наиболее выгодно для предприятия
- 4 Потребность – это:
 - a) количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд
 - b) необходимость чего-либо человеку для состояния удовлетворённости
 - c) количество товаров, которые необходимы потребителям
 - d) намерение человека приобрести товар
- 5 К аналитической функции маркетинга не относится
 - a) Исследование ассортимента
 - b) Организация системы товародвижения
 - c) Оценка конкурентов
 - d) Изучение внутренней среды предприятия

Типовые контрольные вопросы

1. Причины возникновения маркетинга
2. Рынок как основа развития маркетинга
3. Виды рынков и особенности проведения маркетинговых мероприятий на этих

рынках.

4. Функциональные задачи маркетинга.
5. Фирма как субъект маркетинговой политики.

Типовые вопросы к промежуточной аттестации

1. Определение маркетинга. Социально-экономическая сущность маркетинга.
2. Концепции маркетинга. Окружающая среда маркетинга.
3. Виды и типы маркетинга. Задачи, принципы и функции маркетинга
4. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований.
5. Общая характеристика этапов проведения маркетинговых исследований.

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. Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — 978-5-238-02090-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71036.html>
2. Нуралиев С.У. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 362 с. — 978-5-394-02115-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14064.html>
3. Синяева И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 266 с. — 978-5-394-02393-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10937.html>

9.2. Дополнительная литература

1. Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Южный институт менеджмента, 2011. — 443 с. — 978-5-394-01311-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4552.html>
2. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. — 197 с. — 978-5-222-18945-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4983.html>
3. 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>

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 соответствие 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.

