

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра "Менеджмент, маркетинг и реклама"

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«18» января 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ОД.7 Маркетинговые технологии в профессиональной деятельности

Направление подготовки/специальность: 38.03.01 - Экономика

Профиль/направленность/специализация: Бухгалтерский учет и налоговый контроль

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2020

Автор программы:

Кандидат экономических наук, доцент Булгаков Геннадий Васильевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 - Экономика (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «12» ноября 2015 г. № 1327).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры "Менеджмент, маркетинг и реклама" «11» января 2021 г. Протокол № 5

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «18» января 2021 г. № 5.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Цели и задачи дисциплины.....	4
2 Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	6
3 Объем и содержание дисциплины.....	6
4 Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	11
5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	32
6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	34
7 Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональны	35

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-2 Способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

ОПК-4 Способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

ПК-1 Способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

1.2 Виды и задачи профессиональной деятельности по дисциплине:

- расчетно-экономическая

- подготовка исходных данных для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
- проведение расчетов экономических и социально-экономических показателей на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы
- разработка экономических разделов планов предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств

1.3 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

Обобщенные трудовые	Код и наименование к	Знания и умения, необходимые д
	ОПК-2 Способность осуще	Знает и понимает: методы математического, статистического и экономиче Умеет (способен продемонстрировать): анализировать результаты расчетов, обосновывать полу Владеет: методикой построения, анализа и применения различни
	ОПК-4 Способность находи	Знает и понимает: теоретические и практические аспекты управления сов Умеет (способен продемонстрировать): использовать совокупность современных методов прин Владеет: методами принятия управленческих решений и прогно
- В Составление и предста - В/01.6 Составление бухг	ПК-1 Способность собрать субъектов	Знает и понимает: методы обработки и анализа информации с целью полу Умеет (способен продемонстрировать): формировать систему показателей и использовать совр Владеет: навыками сбора и анализа данных (в соответствии с са

1.4 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-2 Способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

№ п/п	Наименование д	Форма обучения									
		Очная (семестр)					Заочная (семестр)				
		1	2	6	7	8	1	2	6	7	8
1	Аудит				+	+				+	+
2	Бухгалтерский управл			+	+				+	+	

3	Информатика	+					+				
4	Математика	+	+				+	+			

ОПК-4 Способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

№ п/п	Наименование	Форма обучения			
		Очная (семес		Заочная (семес	
		4	8	4	8
1	Контроль и ревизия		+		+
2	Менеджмент	+		+	
3	Управленческий анализ		+		+

ПК-1 Способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

№ п/п	Наименование	Форма обучения							
		Очная (семестр)				Заочная (семестр)			
		1	2	3	8	1	2	3	8
1	Бухгалтерский учет			+				+	
2	Контроль и ревизия				+				+
3	Управленческий анализ				+				+
4	Финансы		+				+		
5	Экономика предприятий	+				+			

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра:

Дисциплина «Маркетинговые технологии в профессиональной деятельности» относится к вариативной части учебного плана ОП по направлению подготовки 38.03.01 - Экономика.

Дисциплина «Маркетинговые технологии в профессиональной деятельности» изучается в 5 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 3 з.е.

Очная: 3 з.е.

Заочная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Контактная работа	52	12
Лекции (Лекции)	18	4
Практические (Практ. раб.)	34	8
Самостоятельная работа (СР)	56	92
Зачет	-	4

3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лекции	Практ. раб.	СР	

		О	З	О	З	О	З	
5 семестр								
1	Система маркетинга	4	1	8	1	8	12	Собеседование, устный опрос ; Выступление с докладом; Тестирование
2	Рыночная среда и товар	2	-	4	1	6	12	Собеседование, устный опрос ; Выступление с докладом
3	Упаковка товара	2	-	4	1	6	10	Собеседование, устный опрос ; Выступление с докладом
4	Маркетинговые исследования	2	1	4	1	6	10	Собеседование, устный опрос ; Выступление с докладом; Тестирование
5	Цена как компонент маркетинга-микс	2	1	4	1	8	12	Собеседование, устный опрос ; Выступление с докладом
6	Процесс приобретения товара	2	-	4	1	8	12	Собеседование, устный опрос ; Выступление с докладом
7	Товарный ассортимент и новые товары	2	-	4	1	6	12	Собеседование, устный опрос ; Выступление с докладом
8	Реклама	2	1	2	1	8	12	Собеседование, устный опрос ; Выступление с докладом

Тема 1. Система маркетинга (ОПК-2)

Лекция.

Термин маркетинг происходит от английского «market» (рынок) и означает деятельность в сфере рынка сбыта. Однако маркетинг как система экономической деятельности – более широкое понятие.

Главное в маркетинге – двуединый и взаимодополняющий подход. С одной стороны, это тщательное и всестороннее изучение рынка, спроса, вкусов и потребностей, ориентация на них производства, адресность выпускаемой продукции. С другой – активное воздействие на рынок и существующий спрос, на формирование потребностей и покупательских предпочтений.

В концепции маркетинга главным объектом являются целевые клиенты фирмы с их нуждами и потребностями. Фирма интегрирует и координирует всю свою деятельность с расчетом на обеспечение удовлетворенности клиента, получает прибыль именно благодаря созданию и поддержанию потребительской удовлетворенности. По сути своей концепция маркетинга – это ориентация на нужды и потребности клиента, подкрепленная комплексными усилиями маркетинга, нацеленными на создание потребительской удовлетворенности.

Практическое занятие.

1. Понятие и значение маркетинга.

2. Принципы маркетинга.
3. Комплекс маркетинга.

Задания для самостоятельной работы.

1. Воздействие системы маркетинга на поведение потребителей.
2. Рассмотреть компонент системы маркетинга как объект исследования.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 2. Рыночная среда и товар (ОПК-4)

Лекция.

Рыночная среда не является однородной, она представлена потребителями, которые отличаются друг от друга различными признаками и действуют по-разному под воздействием одинаковых стимулов маркетинга. Поэтому необходимо проводить сегментацию, то есть выделение групп потребителей по демографическим, социальным, экономическим, поведенческим и другим признакам.

Поэтому сегментом называется часть потребительского рынка, одинаково реагирующая на одинаковые стимулы маркетинга.

Товары, как сосредоточение полезных свойств, также не являются однородной массой. Существует определенное число их классификации. По степени осязаемости товары делятся на следующие виды:

1. Товар по замыслу - идея о товаре, его назначении, полезных характеристиках.
2. Товар в реальном исполнении - физическое воплощение товара по замыслу, обладающее такими параметрами как размеры, дизайн, цвет, продуктивность, долговечность и т.д.
3. Товар с подкреплением - товар в реальном исполнении при наличии дополнительных выгод для покупателя, таких как консультирование по его эксплуатации, бесплатная доставка и монтаж, гарантийный срок обслуживания и т.д.

Практическое занятие.

1. Понятие рынка, рыночные сегменты.
2. Критерии деления рынка на сегменты.
3. Классификация товаров.

Задания для самостоятельной работы.

1. Сегментирование рынка продукции производственно-технического назначения.
2. Исследование критериев сегментирования рынка продуктов питания.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 3. Упаковка товара (ПК-1)

Лекция.

Упаковка товара – этоместилище товара, образующее с товаром единство в виде товарной единицы на время его продажи, доставки и, в некоторых случаях, использования и эксплуатации. Но функциональная роль упаковки в настоящее время значительно шире. Упаковка товара является важной составляющей маркетинговой деятельности, так как, во-первых, она является для большинства товаров неотъемлемой составляющей, а, во-вторых, потребители во многих случаях сначала встречаются с упаковкой товара на рынке, а потом уже с самим товаром. Упаковка может привлекать внимание, рекламировать товар, а может, наоборот, отторгать товарную единицу в сознании потребителя от желания приобрести товар в силу своей непрезентабельности. Именно поэтому значительное число деятелей рынка называет упаковку пятой основной переменной маркетинга наряду с товаром, ценой, методами распределения, методами стимулирования. Упаковка выполняла свой минимум функций:

1. Транспортная.
2. Защитная.
3. Дозаторная – определение количества предлагаемого товара (различные емкости, фасовки).
4. Информационная.

Функциональное назначение упаковки к настоящему времени расширилось, она выполняет также еще и такие функции:

1. Средство позиционирования.
2. Средство рекламы.
3. Средство обратной связи.

Именно упаковка в сознании потребителя дает множеству товаров четкое, отличное от других товаров положение.

Практическое занятие.

1. История развития упаковки товара.
2. Упаковка товара в современных рыночных условиях.
3. Функции упаковки товара.

Задания для самостоятельной работы.

1. Анализ современной роли упаковки в качестве средства продвижения товаров.
2. Создание эффективной упаковки товара.
3. Углубленное изучение материалов темы

Тема 4. Маркетинговые исследования (ОПК-2)

Лекция.

Маркетинговое исследование – процесс, состоящий из пяти основных этапов, которые включают в себя выявление проблем и формулирование целей исследования; отбор источников информации; непосредственно сам сбор информации; анализ собранной информации; предоставление полученных результатов.

Исследователь должен только представить основные результаты, нужные руководству фирмы для принятия главных, насущных маркетинговых решений. Исследование полезно, когда оно содействует уменьшению неопределенности, с которой столкнулись специалисты маркетинга.

Исследования маркетинга представляют собой сбор, обработку и анализ данных с целью уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений. Исследованиям подвергаются рынок, конкуренты, потребители, цены, внутренний потенциал предприятия. Основой исследований маркетинга служат общенаучные и аналитико-прогностические методы.

Практическое занятие.

1. Постановка цели маркетингового исследования.
2. Источники маркетинговой информации.
3. Этапы маркетингового исследования.

Задания для самостоятельной работы.

1. Определение этапов маркетингового исследования.
2. Анализ полученных данных в завершении маркетингового исследования.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 5. Цена как компонент маркетинга-микс (ОПК-4)

Лекция.

Являясь одним из элементов комплекса маркетинга, цена активно используется при выработке маркетинговой политики. При этом если изменение продуктовой политики, планирование и реализация деятельности по продвижению продуктов, создание новых каналов товародвижения требуют достаточно длительного времени, то, в ответ на изменение внешних и внутренних возможностей и условий, цены могут быть изменены достаточно быстро.

Помимо прибыли цена активно влияет на объем реализации, на показатель рыночной доли, на такие конечные финансовые показатели, как окупаемость инвестиций и др. Как правило, организация не руководствуется получением сиюминутной выгоды, реализуя продукт по максимально высокой цене, а проводит гибкую ценовую политику.

Большая роль отводится цене в конкурентной борьбе. Товар на рынке может конкурировать как на ценовой, так и не на ценовой основе.

Ценовая конкуренция – это конкурентная борьба посредством изменения цен на товары. Обычно прибегают к снижению цен. Однако для этого по сравнению с конкурентами надо иметь более низкие суммарные издержки. Прежде чем объявлять «ценовую войну», нужно очень тщательно оценить запас «экономической устойчивости» у себя и у конкурентов. Иначе возможна ситуация, когда развязавший «ценовую войну» в ней и проиграет. Поэтому «ценовая война» – дело трудное, а возможно, и разорительное. Если же конкурирующие организации находятся в примерно равных условиях, то «ценовая война» не просто расточительна, но и бессмысленна.

Практическое занятие.

1. Влияние цены на маркетинговую политику.
2. Использование ценовой конкуренции.
3. Использование неценовой конкуренции.

Задания для самостоятельной работы.

1. Анализ факторов чувствительности потребителя к цене.
2. Исследование маркетинговых ценовых стратегий.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 6. Процесс приобретения товара (ПК-1)

Лекция.

Процесс моделирования конечного потребителя осуществляется в несколько этапов:

- Осознание потребности;
- Поиски и оценка информации;
- Принятие решения о покупке;
- Оценка правильности выбора.

На первом этапе исследуется возникновение и осознание потребности в том или ином товаре.

Следующим шагом является моделирование процесса поиска и оценки информации о товаре. Используются различные каналы информации о товаре: персональные, коммерческие, публичные, эмпирические.

Важным шагом в моделировании поведения конечного потребителя на рынке является этап принятия решения о покупке. Покупка – это всегда компромисс, ожидаемый риск.

Наконец, заключительный этап моделирования – оценка потребителем правильности выбора товара. Положительная оценка усиливает приверженность к данному товару, негативная – наоборот, ослабляет интерес к нему.

Поведение конечных потребителей обусловлено, прежде всего, характером и настоятельностью самих потребностей. Существует определенная система личных потребностей, которую можно рассматривать на различных уровнях.

Практическое занятие.

1. Процесс моделирования конечного потребителя.
2. Принятие решения о покупке.
3. Абсолютные, действительные и платежеспособные потребности покупателя.

Задания для самостоятельной работы.

1. Оценка факторов, определяющих поведение целевой аудитории.
2. Исследование моделей покупательского поведения.
3. Углубленное изучение материалов темы

Тема 7. Товарный ассортимент и новые товары (ОПК-2)

Лекция.

Сущность планирования, формирования и управления ассортиментом заключается в том, чтобы товаропроизводитель своевременно предлагал определенную совокупность товаров, которые бы, соответствуя в целом профилю его производственной деятельности, наиболее полно удовлетворяли требованиям определенных категорий покупателей. Набор товаров, предлагаемых предприятием-изготовителем на рынке, называют ассортиментом.

Номенклатура, или товарный ассортимент, – это вся совокупность изделий, выпускаемых предприятием. Она включает различные виды товаров. Вид товара делится на ассортиментные группы в соответствии с функциональными особенностями, качеством, ценой. Каждая группа состоит из ассортиментных позиций, которые образуют низшую ступень классификации.

Товарный ассортимент характеризуется широтой, глубиной и сопоставимостью.

Формирование ассортимента – проблема конкретных товаров, их отдельных серий, определение соотношений между старыми и новыми товарами, товарами единичного и серийного производства, наукоемкими и обычными товарами, овестьественными товарами и или лицензиями и ноу-хау.

Практическое занятие.

1. Назначение товарного ассортимента.
2. Ассортиментные группы товаров.
3. Ширина, глубина и сопоставимость товарного ассортимента.

Задания для самостоятельной работы.

1. Анализ системы формирования ассортимента производственного и торгового предприятия.
2. Определение этапов разработки нового товара.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 8. Реклама (ОПК-4)

Лекция.

Информативная реклама преобладает в основном на этапе выведения товара на рынок, когда стоит задача создания первичного спроса. Так, производителям какой-либо пищевой продукции нужно сначала проинформировать потребителей о питательных достоинствах и многочисленных способах использования продукта.

Увещательная реклама приобретает особую значимость на этапе роста, когда перед фирмой встает задача формирования избирательного спроса. Часть увещательных объявлений смещается в категорию сравнительной рекламы, которая стремится утвердить преимущество одной марки за счет конкретного сравнения ее с одной или несколькими марками в рамках данного товарного класса.

Сравнительной рекламой пользуются в таких товарных категориях, как дезодоранты, зубная паста, шины и автомобили. О правильности создания сравнительной рекламы суждения достаточно неоднозначны.

Сродни эмоциональной рекламе так называемая подкрепляющая реклама, которая стремится уверить нынешних покупателей в правильности сделанного ими выбора. В подобных рекламах часто фигурируют довольные покупатели, располагающая дружеская атмосфера.

Напоминающая реклама чрезвычайно важна на этапе зрелости, для того чтобы заставить потребителя вспомнить о товаре. Цель дорогих объявлений хорошо известной продукции фирм, имеющих всеобщее и давно устоявшееся признание – напомнить людям о своем существовании, а вовсе не в том, чтобы проинформировать или убедить их.

Практическое занятие.

1. Основные виды рекламы.
2. Цели рекламной деятельности.
3. Принципы рекламы.

Задания для самостоятельной работы.

1. Анализ эффективности основных рекламных средств.
2. Исследование эффективности рекламной кампании.
3. Углубленное изучение материалов темы

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

5 семестр

- посещаемость – 10 баллов

- текущий контроль – 75 баллов
- контрольные срезы – 3 среза по 5 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ мы	Название т	Формы	Мах. ко	Методика проведения занятия и оце
1.	Система м	Собесе устный	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя с Устный опрос оценивается следующим образом: 5 баллов - полно излагает изученный материал, даёт правильное о 4 балла - студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требования 3 балла - излагает материал неполно и допускает неточности в опр 2 -1 балла - студент обнаруживает незнание большей части соотве Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не

Выступ	5	<p>Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала.</p> <p>Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.</p> <p>5 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии</p> <p>20</p> <p>образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы</p> <p>4 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии</p> <p>образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных</p>
--------	---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		Тестир	5	Тест состоит из 15 вопросов по заданной теме. Оценка осуществл 5 баллов – студент правильно отвечает на 90-100% вопросов в тест 4 балла – студент правильно отвечает на 90-80% вопросов в тесте 3 балла – студент правильно отвечает на 80-70% вопросов в тесте. 2 балла – студент правильно отвечает на 70-50% вопросов в тесте. 1 балл – студент правильно отвечает на 50-25% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает.
2.	Рыночная	Собесе устный	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя с Устный опрос оценивается следующим образом: 5 баллов - полно излагает изученный материал, даёт правильное о 4 балла - студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требования 3 балла - излагает материал неполно и допускает неточности в опр 2 -1 балла - студент обнаруживает незнание большей части соотве Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не

Выступ	5	<p>Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала.</p> <p>Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.</p> <p>5 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии</p> <p>20</p> <p>образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы</p> <p>4 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии</p> <p>образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных</p>
--------	---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.	Упаковка	Собесе устный	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя с Устный опрос оценивается следующим образом: 5 баллов - полно излагает изученный материал, даёт правильное о 4 балла - студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требования 3 балла - излагает материал неполно и допускает неточности в опр 2 -1 балла - студент обнаруживает незнание большей части соотве Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не
----	----------	------------------	---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Выступление с докладом (контрольный срез)	5	<p>Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала.</p> <p>Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.</p> <p>5 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии</p> <p>20</p> <p>образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы</p> <p>4 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии</p> <p>образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных</p>
-------------------------------------------	---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.	Маркетинг	Собеседование устное	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя с студентом. Устный опрос оценивается следующим образом: 5 баллов - полно излагает изученный материал, даёт правильное определение. 4 балла - студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям. 3 балла - излагает материал неполно и допускает неточности в определении. 2 -1 балла - студент обнаруживает незнание большей части соответствующего материала. Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не
----	-----------	-------------------------	---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Выступ	5	<p>Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала.</p> <p>Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.</p> <p>5 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии</p> <p>20</p> <p>образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы</p> <p>4 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии</p> <p>образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных</p>
--------	---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		Тестир	5	Тест состоит из 15 вопросов по заданной теме. Оценка осуществл 5 баллов – студент правильно отвечает на 90-100% вопросов в тест 4 балла – студент правильно отвечает на 90-80% вопросов в тесте 3 балла – студент правильно отвечает на 80-70% вопросов в тесте. 2 балла – студент правильно отвечает на 70-50% вопросов в тесте. 1 балл – студент правильно отвечает на 50-25% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает.
5.	Цена как к	Собесе устный	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя с Устный опрос оценивается следующим образом: 5 баллов - полно излагает изученный материал, даёт правильное о 4 балла - студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требования 3 балла - излагает материал неполно и допускает неточности в опр 2 -1 балла - студент обнаруживает незнание большей части соотве Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не

Выступление с докладом (контрольный срез)	5	<p>Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала.</p> <p>Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.</p> <p>5 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии</p> <p>20</p> <p>образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы</p> <p>4 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии</p> <p>образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных</p>
-------------------------------------------	---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.	Процесс п	Собесе устный	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя с Устный опрос оценивается следующим образом: 5 баллов - полно излагает изученный материал, даёт правильное о 4 балла - студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требования 3 балла - излагает материал неполно и допускает неточности в опр 2 -1 балла - студент обнаруживает незнание большей части соотве Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не
----	-----------	------------------	---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Выступ	5	<p>Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала.</p> <p>Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.</p> <p>5 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии</p> <p>20</p> <p>образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы</p> <p>4 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии</p> <p>образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных</p>
--------	---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7.	Товарный а	Собесе устный	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя с Устный опрос оценивается следующим образом: 5 баллов - полно излагает изученный материал, даёт правильное о 4 балла - студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требования 3 балла - излагает материал неполно и допускает неточности в опр 2 -1 балла - студент обнаруживает незнание большей части соотве Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не
----	------------	------------------	---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Выступ	5	<p>Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала.</p> <p>Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.</p> <p>5 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии</p> <p>20</p> <p>образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы</p> <p>4 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии</p> <p>образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных</p>
--------	---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

8.	Реклама	Собесе устный	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя с Устный опрос оценивается следующим образом: 5 баллов - полно излагает изученный материал, даёт правильное о 4 балла - студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требования 3 балла - излагает материал неполно и допускает неточности в опр 2 -1 балла - студент обнаруживает незнание большей части соотве Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не
----	---------	------------------	---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Выступление с докладом (контрольный срез)	5	<p>Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала.</p> <p>Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.</p> <p>5 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии</p> <p>20</p> <p>образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы</p> <p>4 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии</p> <p>образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных</p>
-------------------------------------------	---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

9.	Посещаемость	10	10 баллов – студент посетил все 100% занятий (единовременно)
10.	Премияльные б	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный - постоянная активность во время практических занятий – 10 балл - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в ра - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изу - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборни
11.	Индивидуальные зад	90	Добор: студент может предоставить все задания текущего контрол
12.	Итого за семес	100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Выступление с докладом

Тема 1. Система маркетинга

- 1 Принципы маркетинга.
- 2 Комплекс маркетинга.
- 3 Воздействие системы маркетинга на поведение потребителей.

Тема 2. Рыночная среда и товар

1. Цель сегментирования рынка.
2. Позиционирование товаров.
3. Классификация потребительских товаров.

Тема 3. Упаковка товара

1. Упаковка товара в современных рыночных условиях.
2. Функции упаковки товара.
3. Создание эффективной упаковки товара.

Тема 4. Маркетинговые исследования

1. Этапы маркетингового исследования.
2. Сравнительная характеристика количественных и качественных методов исследования.

Тема 5. Цена как компонент маркетинга-микс

1. Использование неценовой конкуренции.
2. Факторы чувствительности потребителей к цене товара.

Тема 6. Процесс приобретения товара

1. Абсолютные, действительные и платежеспособные потребности покупателя.
2. Факторы, определяющие поведение конечных потребителей.

Тема 7. Товарный ассортимент и новые товары

1. Ширина, глубина и сопоставимость товарного ассортимента.
2. Система формирования ассортимента.

Тема 8. Реклама

- 1 Принципы рекламы.
- 2 Средства рекламы.

Собеседование, устный опрос

Тема 1. Система маркетинга

1. Понятие и значение маркетинга.
2. Принципы маркетинга.
3. Комплекс маркетинга.

Тема 2. Рыночная среда и товар

1. Понятие сегмента рынка и критерии деления рынка на сегменты.
2. Цель сегментирования рынка.
3. Позиционирование товаров.

Тема 3. Упаковка товара

1. История развития упаковки товара.
2. Упаковка товара в современных рыночных условиях.
3. Функции упаковки товара.

Тема 4. Маркетинговые исследования

1. Постановка цели маркетингового исследования.
2. Источники маркетинговой информации.
3. Этапы маркетингового исследования

Тема 5. Цена как компонент маркетинга-микс

1. Влияние цены на маркетинговую политику.
2. Использование ценовой конкуренции.
3. Использование неценовой конкуренции.

Тема 6. Процесс приобретения товара

1. Процесс моделирования конечного потребителя.
2. Принятие решения о покупке.
3. Абсолютные, действительные и платежеспособные потребности покупателя.

Тема 7. Товарный ассортимент и новые товары

1. Назначение товарного ассортимента.
2. Ассортиментные группы товаров.
3. Ширина, глубина и сопоставимость товарного ассортимента.

Тема 8. Реклама

1. Основные виды рекламы.
2. Цели рекламной деятельности.
3. Принципы рекламы.

Тестирование

Тема 1. Система маркетинга

1. Что представляет собой ощущение нехватки чего-либо?

- (!) нужда
- (?) потребность
- (?) запрос
- (?) спрос

2. Что представляет собой акт получения от какого-либо лица желаемого объекта с предложением чего-либо взамен?

- (?) самообеспечение
- (?) попрошайничество
- (?) отъем
- (!) обмен

3. Как называется спрос, когда большая часть потребителей недолюбливает товар и согласна даже на определенные издержки, лишь бы избежать его?

- (?) падающий спрос
- (?) скрытый спрос
- (?) отсутствие спроса
- (!) отрицательный спрос

Тема 4. Маркетинговые исследования

1. Систематический сбор и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом товаров и услуг называется:

- 1) панель;
- 2) гипотеза;
- 3) маркетинговое исследование;
- 4) случайная выборка;
- 5) неслучайная выборка.

2. Для конкретизации проблемы и формулирования на её основе целей и задач маркетингового исследования предприятия используют:

- 1) разведочные исследования;
- 2) описательные исследования;
- 3) первичные исследования;
- 4) эмпирические исследования;
- 5) казуальные исследования.

3. Данные о состоянии внешней среды, опубликованные не для целей конкретного исследования, называются:

- 1) данные опросов;
- 2) данные экспериментов;
- 3) первичные данные;
- 4) внешние вторичные данные;
- 5) внутренние вторичные данные.

4. Менеджер по маркетингу страховой компании не должен включать в раздел важнейшей информации для разработки эффективной кампании продвижения новой страховой услуги для индивидуальных клиентов следующее:

- 1) эффективность рекламных мероприятий компании;
- 2) требования потребителей к новым видам услуг;
- 3) количество телефонных звонков клиентам по предложению услуг компании;

- 4) количество заказов клиентов, полученных страховыми агентами;
 - 5) всё вышеперечисленное важно.
5. Новые факты и цифры, которые собраны специально для проекта исследования, называются:
- 1) данными опросов;
 - 2) факторами для принятия решения;
 - 3) данными исследования;
 - 4) вторичными данными;
 - 5) первичными данными

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ОПК-2, ОПК-4, ПК-1)

1. Проведение сравнительного анализа основных факторов, определяющих поведение целевой аудитории.
2. Выделение критериев эффективности проведения рекламной кампании.
3. Определение типа основных подходов к выделению моделей покупательского поведения.

Типовые задания для зачета (ОПК-2, ОПК-4, ПК-1)

не предусмотрено

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компет	Дескрипторы (уровни) – основные призна
«зачтено» (50 - 100 балл	ОПК-2	Демонстрирует высокий уровень знаний методов сбора и математического, статистического и экономического анализа и диагностики проблем управленческого учета хозяйствующего субъекта; содержание форм управленческой отчетности; анализирует результаты расчетов, обосновывает полученные выводы; разрабатывает прогнозы на основе стандартных моделей развития экономических процессов и явлений; умеет устанавливать взаимосвязи рассчитанных экономических показателей; высказывает, обосновывает и отстаивает свою позицию, прослеживает междисциплинарные связи. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументированно.
	ОПК-4	Демонстрирует высокий уровень теоретических и практических аспектов управления современным бизнесом и их использованием в процессе принятия и реализации управленческих решений.¶Способен использовать совокупность современных методов принятия управленческих решений, количественно и качественно интерпретировать полученные результаты.¶В полном объеме владеет методами принятия управленческих решений и прогнозирования последствий их реализации.¶Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу¶

	ПК-1	Свободно ориентируется в теоретических и практических аспектах управления современным бизнесом и их использованием в процессе принятия и реализации управленческих решений.¶Способен использовать совокупность современных методов принятия управленческих решений, количественно и качественно интерпретировать полученные результаты.¶В полном объеме владеет методами принятия управленческих решений и прогнозирования последствий их реализации.¶На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу¶
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ОПК-2	Демонстрирует слабый уровень знаний методов сбора и математического, статистического и экономического анализа и диагностики проблем управления хозяйствующего субъекта; содержание форм управленческой отчетности; не может провести анализ результатов расчетов и обосновать полученные выводы; не может разработать прогноз на основе стандартных моделей развития экономических процессов и явлений, установить взаимосвязь рассчитанных экономических показателей; аргументировать свою позицию, проследить междисциплинарные связи. Ответ построен неуверенно и логически непоследовательно.
	ОПК-4	Демонстрирует слабый уровень теоретических и практических аспектов управления современным бизнесом и их использованием в процессе принятия и реализации управленческих решений.¶Не может использовать совокупность современных методов принятия управленческих решений, количественно и качественно интерпретировать полученные результаты.¶Не владеет методами принятия управленческих решений и прогнозирования последствий их реализации, но допускает некоторые погрешности. ¶Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал.¶
	ПК-1	Не ориентируется в теоретических и практических аспектах управления современным бизнесом и их использованием в процессе принятия и реализации управленческих решений.¶Не может использовать совокупность современных методов принятия управленческих решений, количественно и качественно интерпретировать полученные результаты.¶Не владеет методами принятия управленческих решений и прогнозирования последствий их реализации.¶Неправильно отвечает на поставленные вопросы или затрудняется с ответом¶

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Данченко Л. А., Ласковец С. В., Невоструев П. Ю., Мхитарян С. В., Иванова И. Е., Маркова М. В., Корягин Н. Д., Макарова М. В. Маркетинг : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 486 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450037>
2. Синяева И. М., Синяев В. В., Романенкова О. Н. Маркетинг услуг : учебник. - 3-е изд., стер.. - Москва: Дашков и К°, 2019. - 252 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403>

6.2 Дополнительная литература:

1. Реброва Н. П. Маркетинг : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 277 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450528>
2. Карпова С. В., Захаренко И. К., Касаев Б. С., Козлова Н. П., Рожков И. В., Жильцова О. Н., Фирсова И. А., Фирсов Ю. И., Сальникова Л. С. Маркетинг. Практикум : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 325 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450051>
3. Кузьмина Е. Е. Маркетинг : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 385 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450493>

6.3 Иные источники:

1. Международный журнал «Маркетинг и логистика» - <http://marklog.ru>
2. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» - <https://grebennikon.ru/journal-3.html>
3. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - <http://www.mavriz.ru/articles/rubric/?rubric=16>
4. Портал "Гуманитарное образование" - <http://www.humanities.edu.ru/>
5. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>
6. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» - <http://school-collection.edu.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Электронная информационно-образовательная среда

<http://moodle.tsutmb.ru/>

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows 10

7-Zip 9.20

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>
2. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» . – URL: <http://www.biblioclub.ru>
4. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
5. СДО MOODLE ТГУ имени Г.Р. Державина . – URL: <http://moodle.tsutmb.ru>
6. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
7. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
8. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: <https://www.studentlibrary.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.