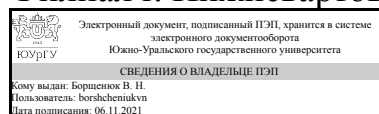


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор филиала  
Филиал г. Нижневартовск



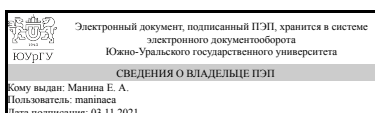
В. Н. Борщенок

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины Б.1.19 Маркетинг  
для направления 38.03.01 Экономика  
уровень бакалавр тип программы Прикладной бакалавриат  
профиль подготовки Финансы и кредит  
форма обучения очная  
кафедра-разработчик Экономика, менеджмент и право

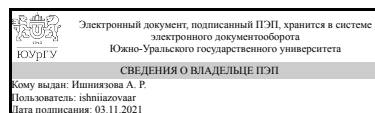
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.11.2015 № 1327

Зав.кафедрой разработчика,  
к.экон.н., доц.



Е. А. Манина

Разработчик программы,  
старший преподаватель (-)



А. Р. Ишниязова

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование теоретических знаний в функциональных областях маркетинга и развитие практических навыков эффективного использования маркетинговых технологий и инструментов в экономической деятельности. Задачи дисциплины – В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: - выявлять потребности; - проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения; - организовывать рекламные кампании; - проводить опрос потребителей; - применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта. В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать: - структуру маркетинговой деятельности; - классификацию маркетинга; - принципы, объекты, субъекты, средства и методы маркетинговой деятельности; - маркетинговую окружающую среду; - виды конкуренции, конкурентоспособность организации; - стратегию и планирование маркетинга.

## Краткое содержание дисциплины

Понятие, сущность и организация маркетинга. Маркетинг и удовлетворение потребностей. Товарный маркетинг. Основные товарные стратегии. Ценовой маркетинг. Типология методов ценообразования. Сбытовой маркетинг. Каналы товародвижения, их понятия, типы. Маркетинг коммуникаций. Понятие рекламы и рекламной деятельности. Цели, задачи и функции рекламы. Маркетинговые исследования: сбор и обработка информации. Управление маркетингом. Применение маркетинга.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ПК-10 способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	Знать:- общую теорию маркетинговых коммуникаций; - методы сбора и анализа маркетинговой информации;
	Уметь:- определять оптимальные методы сбора и анализа маркетинговой информации;
	Владеть:- инструментами маркетинговых коммуникаций для обеспечения маркетинговых обращений во внутренней и внешней средах.
ОПК-3 способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	Знать:- способы определения величины маркетингового бюджета; - методы оценки эффективности мероприятий стратегического маркетинга;
	Уметь:- обосновывать необходимость применения маркетинговых инструментов; - оценивать результативность реализованных инструментов маркетинга;
	Владеть:- планирования и организации применения маркетинговых инструментов; - определения величины бюджета на маркетинговые мероприятия; - оценки эффективности примененных маркетинговых

	инструментов.
ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию	Знать:- систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления;
	Уметь:- анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания);
	Владеть:- навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний.
ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Знать:- основные теоретические положения маркетинга; - ключевые принципы, теории и стратегии в области маркетинговой политики компании;
	Уметь:- применять методы сбора и анализа маркетинговой информации;
	Владеть:- оценки особенностей сегментов и целевых аудиторий.
ОК-5 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать:- структуру коллектива, в котором приходится работать; - особенности влияния социальной среды на формирование личности и миро-воззрения человека;
	Уметь:- корректно применять знания о коллективе как системе в различных формах социальной практики;
	Владеть:- способностями к конструктивной критике и самокритике; - умениями работать в команде, взаимодействовать с экспертами в предметных областях;

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Б.1.14 Микроэкономика	ДВ.1.12.01 Организация предпринимательской деятельности

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Б.1.14 Микроэкономика	Знать:- базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов; - основы функционирования финансовых рынков; Уметь:- анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере; - оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные,

	операционные, общеэкономические, - искать и собирать финансовую и экономическую информацию. Владеть: - экономическими знаниями в профессиональной практике.
--	---

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		2	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48	
Лекции (Л)	32	32	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	60	60	
Подготовка к зачету	20	20	
Подготовка к практическим занятиям	20	20	
Работа с научно-методической литературой	20	20	
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет	

#### 5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Теоретические основы маркетинга	8	4	4	0
2	Маркетинговая информация и коммуникации	14	10	4	0
3	Товарная политика и ценовые аспекты	16	12	4	0
4	Специальные темы маркетинга	10	6	4	0

##### 5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Понятие маркетинга, его цели, принципы и функции	4
2	2	Маркетинговая среда и рынок как основной элемент маркетинга	2
3	2	Система маркетинговой информации	2
4	2	Маркетинговые исследования	2
5	2	Сегментация рынка и ее роль в маркетинге	2
6	2	Маркетинговые коммуникации	2
7	3	Формирование товарной политики	2
8	3	Ценовая политика и ценообразование	2
9	3	Сбыт и товародвижение	2
10	3	Управление маркетингом	2
11	3	Интернет-маркетинг	4

12	4	Международный маркетинг	6
----	---	-------------------------	---

## 5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Письменный опрос по теме "Понятие маркетинга, его цели, принципы и функции"	1
2	1	Решение кейс-задач по теме "Маркетинговая среда и рынок как основной элемент маркетинга"	1
3	1	Решение кейс-задач по теме "Маркетинговые исследования"	2
4	2	Письменный опрос по теме "Система маркетинговой информации"	1
5	2	Решение кейс-задач по теме "Сегментация рынка и ее роль в маркетинге"	2
6	2	Контрольная работа по теме "Маркетинговые коммуникации"	1
7	3	Решение кейс-задач по теме по теме "Формирование товарной политики"	1
8	3	Контрольная работа по теме "Ценовая политика и ценообразование"	1
9	3	Решение кейс-задач по теме "Сбыт и товародвижение"	2
10	4	Контрольная работа по теме "Управление маркетингом"	2
11	4	Контрольная работа по теме "Интернет-маркетинг"	1
12	4	Письменный опрос по теме "Международный маркетинг"	1

## 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

## 5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Подготовка к зачету	ПУМД доп.лит. 1 ЭУМД осн.лит 1-2, доп.лит. 1-4	20
Работа с научно-методической литературой	ПУМД доп.лит. 1 ЭУМД осн.лит 1-2, доп.лит. 1-4	20
Подготовка к практическим занятиям по темам курса	ПУМД доп.лит. 1 ЭУМД осн.лит 1-2, доп.лит. 1-4	20

## 6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Использование технологии кейс-заданий	Практические занятия и семинары	Техника обучения, использующая описание реальных экономических ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.	6
Интерактивные	Лекции	Лекции-презентации	24

лекции			
--------	--	--	--

## Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Не предусмотрены

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: В рамках данной дисциплины используются результаты научных исследований, проводимых университетом: Стратегия социально-экономического развития г. Нижневартовска до 2030 г.

## 7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

### 7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Теоретические основы маркетинга	ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Письменный опрос	Список вопросов 1
Теоретические основы маркетинга	ПК-10 способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	Решение кейс-задач	Кейс-задача №1
Теоретические основы маркетинга	ОПК-3 способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	Решение кейс-задач	Кейс-задача №2
Маркетинговая информация и коммуникации	ПК-10 способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	Письменный опрос	Список вопросов 2
Маркетинговая информация и коммуникации	ОК-5 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Решение кейс-задач	Кейс-задача №3
Все разделы	ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	зачет	5
Все разделы	ОПК-3 способностью выбрать	зачет	5

	инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы		
Все разделы	ПК-10 способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	зачет	5
Все разделы	ОК-5 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	зачет	5
Все разделы	ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию	зачет	5
Маркетинговая информация и коммуникации	ОПК-3 способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	Решение кейс-задач	Кейс-задача №3
Маркетинговая информация и коммуникации	ОПК-3 способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	Письменный опрос	Список вопросов 3
Маркетинговая информация и коммуникации	ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Контрольная работа	КР №1
Товарная политика и ценовые аспекты	ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Решение кейс-задач	Кейс-задача №4
Товарная политика и ценовые аспекты	ОК-5 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Контрольная работа	КР №2
Товарная политика и ценовые аспекты	ПК-10 способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	Решение кейс-задач	Кейс-задача №5
Специальные темы маркетинга	ОК-7 способностью к самоорганизации и	Контрольная работа	КР №3

	самообразованию		
Специальные темы маркетинга	ПК-10 способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	Контрольная работа	КР №4
Специальные темы маркетинга	ОПК-3 способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	Контрольная работа	КР №1
Все разделы	ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию	Бонусное задание	Утвержденный перечень мероприятий
Все разделы	ОК-5 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Бонусное задание	Утвержденный перечень мероприятий
Все разделы	ПК-10 способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	Бонусное задание	Утвержденный перечень мероприятий
Все разделы	ОПК-3 способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	Бонусное задание	Утвержденный перечень мероприятий
Все разделы	ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Бонусное задание	Утвержденный перечень мероприятий
Все разделы	ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию	Контрольные мероприятия промежуточной аттестации (компьютерное тестирование и решение задачи)	Вопросы компьютерного тестирования; Контрольные задачи
Все разделы	ОК-5 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Контрольные мероприятия промежуточной аттестации (компьютерное тестирование и решение задачи)	Вопросы компьютерного тестирования; Контрольные задачи
Все разделы	ПК-10 способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические	Контрольные мероприятия промежуточной	Вопросы компьютерного тестирования; Контрольные задачи



	средства и информационные технологии	аттестации (компьютерное тестирование и решение задачи)	
Все разделы	ОПК-3 способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	Контрольные мероприятия промежуточной аттестации (компьютерное тестирование и решение задачи)	Вопросы компьютерного тестирования; Контрольные задачи
Все разделы	ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Контрольные мероприятия промежуточной аттестации (компьютерное тестирование и решение задачи)	Вопросы компьютерного тестирования; Контрольные задачи
Все разделы	ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию	Зачет	Задания контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации
Все разделы	ОК-5 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Зачет	Задания контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации
Все разделы	ПК-10 способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	Зачет	Задания контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации
Все разделы	ОПК-3 способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	Зачет	Задания контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации
Все разделы	ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Зачет	Задания контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации

## 7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Письменный опрос	Письменный опрос осуществляется на последнем	Зачтено: рейтинг

	<p>занятия изучаемого раздела. Студенту задаются 3 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос -15 минут При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Правильный ответ на вопрос соответствует 2 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0</p> <p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 % баллов. Максимальное количество баллов – 6. Весовой коэффициент мероприятия (за каждый письменный опрос) – 0,05.</p>	<p>обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %.</p> <p>Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p>
<p>Решение кейс-задач</p>	<p>Проверка кейс-задач осуществляется по окончании изучения соответствующего раздела дисциплины. Кейс-решения должны быть выполнены и оформлены в соответствии с требованиями методических указаний кафедры.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Критерии начисления баллов.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кейс–задание выполнено полностью – 10 баллов</li> <li>- кейс–задание выполнено полностью, но в рамках установленного на выступление регламента, студент(ы) не приводит (не подготовили) полную четкую аргументацию выбранного решения – 8 баллов</li> <li>- кейс–задание выполнено более чем на 2/3, но в рамках установленного на выступление регламента, студент(ы) расплывчато раскрывает решение, не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. – 6 баллов</li> <li>- Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения, Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. – 4 балла</li> <li>-При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. Подготовленная презентация выполненного кейс-задания не структурирована. – 2 балла</li> <li>- кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализ кейса, изложение устное или письменное не структурировано. – 0 баллов</li> </ul> <p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p> <p>Максимальное количество баллов – 10. Весовой коэффициент мероприятия (за каждую расчетно-графическую работу) – 0,35.</p>	<p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %.</p> <p>Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p>

Контрольная работа	<p>Проверка контрольной работы осуществляется по окончании изучения соответствующего раздела дисциплины. Решение задач должны быть выполнены и оформлены в соответствии с требованиями методических указаний кафедры.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Критерии начисления баллов (за каждую контрольную работу): - расчетная часть выполнена верно – 10 баллов - расчетная часть выполнена верно, но имеются недочеты не влияющие на конечный результат – 8 баллов - расчетная часть выполнена верно, в описательной части есть замечания – 6 баллов - в расчетной части есть замечания – 4 балла - в расчетной части есть грубые замечания, но ход выполнения верен – 2 балла - работа не представлена или содержит грубые ошибки – 0 баллов</p> <p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 % Максимальное количество баллов – 10. Весовой коэффициент мероприятия (за каждую контрольную работу) – 0,35.</p>	<p>Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %.</p> <p>Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p>
зачет	<p>На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Зачет проводится в устной форме по вопросам. Студент готовится в течении 15-ти минут и устно отвечает не менее чем на 2 вопроса. Для получения зачета студент должен продемонстрировать умение увязывать теорию с практикой, владение понятийным аппаратом, обосновывать свои суждения и давать правильные ответы на вопросы преподавателя. Неполучение зачета происходит в случае, если студент допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя.</p>	<p>Зачтено: рейтинг обучающегося за дисциплину больше или равен 60 %.</p> <p>Не зачтено: Не зачтено: рейтинг обучающегося за дисциплину менее 60 %</p>
Бонусное задание	<p>Студент представляет копии документов, подтверждающие победу или участие в предметных олимпиадах по темам дисциплины</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Максимально возможная</p>	<p>Зачтено: Зачтено: +15 % за победу в олимпиаде, конкурсе международного уровня +10 % за победу в олимпиаде, конкурсе российского уровня</p>

	величина бонус-рейтинга +15 %. Зачтено	+5 % за победу в олимпиаде, конкурсе университетского уровня +1 % за участие в олимпиаде, конкурсе  Не зачтено: –
Контрольные мероприятия промежуточной аттестации (компьютерное тестирование и решение задачи)	Промежуточная аттестация включает два мероприятия: компьютерное тестирование и решение задачи. Контрольные мероприятия промежуточной аттестации проводятся во время экзамена. При оценивании результатов мероприятия ис-пользуется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Тест состоит из 20 вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 1 час. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Задача состоит из расчетной и графической части. На решение задачи отводится 1 час. Критерии оценивания решения задачи: - расчет и график выполнены верно – 20 баллов; - расчет выполнен верно, график имеет недочеты – 16 балла; - расчет имеет недочеты, принцип построения графика верен – 12 балла; - расчет и график имеют недочеты – 8 балла; - расчет и график имеют грубые замечания – 4 балл; - задача не выполнена – 0 баллов. Максимальное количество баллов за промежуточную аттестацию – 40.	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %.  Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %

### 7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
Письменный опрос	Вопросы в приложении. Письменный опрос 1.docx; Письменный опрос 2.docx
Решение кейс-задач	Кейсовые задания в приложении. Кейс-задачи №2.docx; Кейс-задачи №5.docx; Кейс -задачи №3.docx; Кейс -задачи №1.docx; Кейс-задачи №4.docx
Контрольная работа	Контрольные задания в приложении. Контрольная работа №3.docx; Контрольная работа №2.docx; Контрольная работа № 5.docx; Контрольная работа №4.docx; Контрольная работа №1.docx
зачет	1. Основные этапы развития маркетинга за рубежом. 2. Становление маркетинга в России. 3. Понятие и социально-экономическая сущность маркетинга. 4. Основные концепции управления маркетингом. 5. Цели, задачи и основные принципы маркетинга. 6. Функции маркетинга. 7. Понятие и структура окружающей маркетинговой среды.

8. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды.
9. Организация службы маркетинга на фирме.
10. Организационные структуры управления службой маркетинга.
11. Основные направления исследований в маркетинге.
12. Комплекс рыночных исследований.
13. Изучение спроса и предложения. Ценовая эластичность спроса и методы ее измерения.
14. Состояния спроса и соответствующие им типы маркетинга.
15. Изучение конкуренции.
16. Анализ конкурентоспособности товаров и фирм на рынке.
17. Понятия сегментирования рынка и сегмента рынка. Процесс сегментирования.
18. Основные принципы и критерии сегментации рынка.
19. Стратегии охвата рынка.
20. Позиционирование товаров на рынке.
21. Сущность, значение и виды маркетинговой информации.
22. Источники маркетинговой информации. Методы ее получения и анализа.
23. Система маркетинговой информации, ее содержание и основные элементы.
24. Виды и назначение маркетинговых исследований.
25. Этапы и структура маркетинговых исследований.
26. Поведение потребителей, принципы и методы его изучения.
27. Методы измерения и оценки потребностей.
28. Факторы, влияющие на поведение потребителей.
29. Моделирование покупательского поведения.
30. Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров и услуг.
31. Формирование товарного ассортимента и управление им.
32. Основные характеристики товарной номенклатуры.
33. Разработка нового товара, основные этапы его создания.
34. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) и управление им.
35. Построение и использование Бостонской Матрицы.
36. Качество и конкурентоспособность товаров. Основные показатели качества товаров.
37. Методы оценки качества и конкурентоспособности товаров и услуг.
38. Марочная политика организации.
39. Фирменный стиль товара, основные элементы фирменного стиля.
40. Брэндинг. Основные этапы формирования брэнда.
41. Роль упаковки, как инструмента маркетинга. Виды упаковки. Функции упаковки.
42. Понятие цены в маркетинге. Основные классификации и виды цен.
43. Анализ цен на рынке.
44. Последовательность и методы расчета цен.
45. Структура цены. Расчет цены продажи.

	<p>46. Ценовая политика фирм. Факторы, влияющие на выбор ценовой политики.</p> <p>47. Адаптация цен, виды ценовой адаптации.</p> <p>48. Каналы распределения: их функции и структура. Стратегии распределения.</p> <p>49. Вертикальные, горизонтальные и комбинированные маркетинговые системы.</p> <p>50. Оптовая торговля и ее назначение. Организационные формы оптовых посредников.</p> <p>51. Разновидности предприятий розничной торговли. Состав и структура розничного товарооборота.</p> <p>52. Логистика в маркетинге.</p> <p>53. Мерчандайзинг, его назначение, приемы и способы.</p> <p>54. Общая характеристика рекламы, ее виды, функции, средства и носители.</p> <p>55. Принципы рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламной деятельности.</p> <p>56. Планирование и бюджет рекламы.</p> <p>57. Оценка эффективности рекламы: коммуникативная и коммерческая эффективность рекламы.</p> <p>58. Приемы и методы стимулирования покупателей, посредников и продавцов.</p> <p>59. Средства и методы публичных рилейшнз в маркетинге.</p> <p>60. Личные продажи, их сущность и значение.</p> <p>61. Формирование маркетинговой стратегии на фирме.</p> <p>62. SWOT – анализ, его сущность и значение.</p> <p>63. Стратегическое маркетинговое планирование.</p> <p>64. Построение и использование стратегических матриц.</p> <p>65. Классификация и виды стратегий маркетинга.</p> <p>66. Понятие и сущность международного маркетинга.</p> <p>67. Особенности проведения маркетинговых исследований на международных рынках.</p> <p>68. Формирование товарной политики при выходе на международные рынки.</p> <p>69. Особенности ценообразования и выработки ценовой политики на международном рынке.</p> <p>70. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций при работе на международных рынках.</p> <p>Вопросы к зачету по маркетингу.doc</p>
Бонусное задание	Утвержденный перечень мероприятий
Контрольные мероприятия промежуточной аттестации (компьютерное тестирование и решение задачи)	

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

1. Основы маркетинга [Текст] / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Солдерс, Вероника Вонг; пер. с англ. – 2–е европ. изд. – М.: Вильямс, 2003.- 944с.: ил.- ISBN 5-8459-0088-3.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:  
Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Методические указания по изучению дисциплины
2. Маркетинг [Электронный ресурс]: методические указания по выполнению самостоятельной работы для обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01 Экономика, 38.03.02 Менеджмент/ сост. А.Р. Ишниязова. – Нижневартовск, 2018. – 10 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Маркетинг [Электронный ресурс]: методические указания по выполнению самостоятельной работы для обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01 Экономика, 38.03.02 Менеджмент/ сост. А.Р. Ишниязова. – Нижневартовск, 2018. – 10 с.

### Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система Znanium.com	Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 199 с. — ISBN 978-5-16-016830-2. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1242303">https://znanium.com/catalog/product/1242303</a> .
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	*Ким, С.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / С.А. Ким. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2017. — 260 с. — Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/93392">https://e.lanbook.com/book/93392</a>
3	Основная литература	Электронно-библиотечная система Znanium.com	Кислицына, В. В. Маркетинг : учебник / В. В. Кислицына. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. — 464 с. : ил. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0490-9. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1079856">https://znanium.com/catalog/product/1079856</a> .
4	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система Znanium.com	*Нуралиев, С.У. Маркетинг[Электронный ресурс]: учебник / С.У. Нуралиев. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 305 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — Режим доступа: <a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=954382">http://znanium.com/bookread2.php?book=954382</a>
5	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	*Цахаев, Р.К. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 552 с. — Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/93523">https://e.lanbook.com/book/93523</a> .

### 9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. -Консультант Плюс (Нижневартовск)(бессрочно)

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции		<p>Учебная аудитория 136, с мультимедийным оборудованием Для самостоятельной работы, проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации Проектор EPSON EB-W12 LCD projector Экран с электроприводом -1шт Монитор TFT17" - 1шт. Рабочая станция Intel Pentium 4-1шт. Аудиторное акустическое -1шт Столы-парты-72 шт., Стулья деревянные– 1446 шт., Стол преподавателя -1 шт., Стул мягкий-1 шт., Кафедра-1 шт., Шкаф для документов-1шт. Radmin Server 3.4 - № 09/12 от 27.01.12 г - Бессрочно Windows 7 Prof - № 09/12 от 27.01.12 г - Бессрочно RollBack Rx Professional - № 09/12 от 27.01.12 г - Бессрочно Microsoft Office Prof 2013 - № 14/15 от 13.03.15 г. - Бессрочно Информационно-правовая база “КонсультантПлюс” - № 481180/19 от 28.12.18 - 1 год Kaspersky Endpoint Security для Windows - № 58370/ЕКТ2780 от 16.10.17 г. - 2 года Adobe Acrobat Reader - Бесплатное ПО (Proprietary) - Бессрочно Google Chrome - Бесплатное ПО (Proprietary) - Бессрочно Mozilla Firefox - Бесплатное ПО (Proprietary) - Бессрочно Far Manager 2 - Свободное ПО (BSD) - Бессрочно 7-Zip - Свободное ПО (GNU LGPL) - Бессрочно Учебная аудитория,119 Для самостоятельной работы, проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации Столы-парты-21 шт., Стулья деревянные – 42 шт., Стол преподавателя -1 шт., Стул мягкий-1шт. Шкаф для документов-1шт</p>
Практические занятия и семинары		<p>Учебная аудитория 136, с мультимедийным оборудованием Для самостоятельной работы, проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации Проектор EPSON EB-W12 LCD projector Экран с электроприводом -1шт Монитор TFT17" - 1шт. Рабочая станция Intel Pentium 4-1шт. Аудиторное акустическое -1шт Столы-парты-72 шт., Стулья деревянные– 1446 шт., Стол преподавателя -1 шт., Стул мягкий-1 шт., Кафедра-1 шт., Шкаф для документов-1шт. Radmin Server 3.4 - № 09/12 от 27.01.12 г - Бессрочно Windows 7 Prof - № 09/12 от 27.01.12 г - Бессрочно RollBack Rx Professional - № 09/12 от 27.01.12 г - Бессрочно Microsoft Office Prof 2013 - № 14/15 от 13.03.15 г. - Бессрочно Информационно-правовая база “КонсультантПлюс” - № 481180/19 от 28.12.18 - 1 год Kaspersky Endpoint Security для Windows - № 58370/ЕКТ2780 от 16.10.17 г. - 2 года Adobe Acrobat Reader - Бесплатное ПО (Proprietary) - Бессрочно Google Chrome - Бесплатное ПО (Proprietary) - Бессрочно Mozilla Firefox - Бесплатное ПО (Proprietary) - Бессрочно Far Manager 2 - Свободное ПО (BSD) - Бессрочно 7-Zip - Свободное ПО (GNU LGPL) - Бессрочно Учебная аудитория,119 Для самостоятельной работы, проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации Столы-парты-21 шт., Стулья деревянные – 42 шт., Стол преподавателя -1 шт., Стул мягкий-1шт. Шкаф для документов-</p>



	1шт
--	-----