Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Чижов Александр Петрович
Должность: Директор филиала СибГУ в г. Лесосибирске
Дата подписания: 04.08.2023 08:21:05
Уникальный программный ключ:
bdf6e99bfcc4944b52cae00e85cf259c6c85dda39624c7604c3fcac0cdef0efd

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Лесосибирский филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М.Ф. Решетнева»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ

Направление подготовки
38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) образовательной программы
Экономика и управление на предприятии

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
очная

Красноярск 2023

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с актуализированным федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 954

Разработчики рабочей программы дисциплины:

Доцент, к.э.н, доцент _____ _____ С.О. Медведев
должность, учёная степень, учёное звание подпись

Руководитель ОПОП,
д.пед.н., доцент,
и.о. зав. кафедрой ЭиЕД _____ Д.Н. Девятловский
должность, учёная степень, учёное звание подпись И.О. Фамилия

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры экономических и естественнонаучных дисциплин

от «31» марта 2023 г. протокол № 2

д.пед.н., доцент,
и.о. зав. кафедрой ЭиЕД _____ Д.Н. Девятловский
учёная степень, учёное звание, должность подпись

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании научно-методического совета филиала

от «11» апреля 2023 г. протокол № 2

К.т.н., доцент, зам. директора по УР _____ С.В. Соболев
учёная степень, учёное звание, должность подпись

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе ОПОП решением Ученого совета СибГУ им. М.Ф. Решетнева № 5 от 28.10.2022 г.

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Маркетинг

(наименование дисциплины)

Направление подготовки (Специальность)	38.03.01 Экономика
Направленность (профиль)	Экономика и управление на предприятии

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов системного представление роли маркетинга в управлении предприятием**.**
Задачи изучения дисциплины:	- изучение методологических и теоретических основ маркетинга, современных концепций управления маркетингом на предприятии, формирование умений использовать их в практической деятельности; -изучение методов контроля в маркетинге, стратегий товарной, сбытовой, ценовой, ассортиментной, - навыков проведения маркетинговых исследований и воздействия на рынок с помощью инструментов комплекса маркетинга.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в программе индикаторами достижения компетенций

Код компе-тенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в программе индикаторами достижения компетенции
ПК-2	Способен осуществлять расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации.	ПК-2.1. Формирует и проверяет планы финансово-экономического развития организации. ПК-2.2. Осуществляет выбор и применение статистических, экономико-математических методов и маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации. ПК-2.3. Проводит расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов. ПК-2.4. Осуществляет расчет влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации. ПК-2.5. Определяет экономическую эффективность организации труда и производства, внедрения инновационных технологий. ПК-2.6. Проводит экономический анализ хозяйственной и финансово-хозяйственной деятельности организации и готовит отчеты. ПК-2.7. Определяет резервы повышения эффективности деятельности организации. ПК-2.8. Проводит совершенствование форм организации труда и управления, а также плановой и учетной документации	**Знать:** 1.методы экономического анализа показателей маркетинговой деятельности организации. **Уметь:** 1.выполнять необходимые для составления экономических разделов маркетинговых планов расчеты и обосновывать их. **Владеть навыками:** 1.применения маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации.

		организации.	

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг» (Б1.В.09) входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Изучение курса связано с дисциплинами: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Ценообразование», «Экономика предприятия», «Менеджмент», «Статистика».

Знания, умения и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины «Маркетинг», являются необходимыми для изучения таких дисциплин, как «Планирование на предприятии», «Организация предпринимательской деятельности», «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации), «Управление снабжением и сбытом".

Краткое содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические и методологические основы маркетинга;
Раздел 2. Маркетинговые исследования;
Раздел 3. Исследование и анализ рыночной ситуации;
Раздел 4. Проектирование комплекса маркетинга;
Раздел 5. Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности;
Раздел 6. Особенности международного маркетинга.

Форма промежуточной аттестации
Зачет.

Оглавление

1. Цель и задачи изучения дисциплины 2
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в программе индикаторами достижения компетенций 2
3. Место дисциплины в структуре ОПОП 2
4. Объем дисциплины и виды учебной работы 5
5. Содержание дисциплины 6
5.1. Разделы дисциплины и виды занятий 6
5.2. Занятия лекционного типа 7
5.3. Занятия семинарского типа 8
5.4. Занятия в форме практической подготовки 10
6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 10
7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины 11
7.1. Рекомендуемая литература 11
7.2. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины 11
7.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 12
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины 10

1. Цель и задачи изучения дисциплины

1.1.	Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов системного представление роли маркетинга в управлении предприятием.
1.2.	Задачи изучения дисциплины:	- изучение методологических и теоретических основ маркетинга, современных концепций управления маркетингом на предприятии, формирование умений использовать их в практической деятельности; -изучение методов контроля в маркетинге, стратегий товарной, сбытовой, ценовой, ассортиментной, - навыков проведения маркетинговых исследований и воздействия на рынок с помощью инструментов комплекса маркетинга.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в программе индикаторами достижения компетенций

Код компе-тенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в программе индикаторами достижения компетенции
ПК-2	Способен осуществлять расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации.	ПК-2.1. Формирует и проверяет планы финансово-экономического развития организации. ПК-2.2. Осуществляет выбор и применение статистических, экономико-математических методов и маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации. ПК-2.3. Проводит расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов. ПК-2.4. Осуществляет расчет влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации. ПК-2.5. Определяет экономическую эффективность организации труда и производства, внедрения инновационных технологий. ПК-2.6. Проводит экономический анализ хозяйственной и финансово-хозяйственной деятельности организации и готовит отчеты. ПК-2.7. Определяет резервы повышения эффективности деятельности организации. ПК-2.8. Проводит совершенствование форм организации труда и управления, а также плановой и учетной документации организации.	**Знать:** 1.методы экономического анализа показателей маркетинговой деятельности организации. **Уметь:** 1.выполнять необходимые для составления экономических разделов маркетинговых планов расчеты и обосновывать их. **Владеть навыками:** 1.применения маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг» (Б1.В.09) входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Изучение курса связано с дисциплинами: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Ценообразование», «Экономика предприятия», «Менеджмент», «Статистика».

Знания, умения и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины «Маркетинг», являются необходимыми для изучения таких дисциплин, как «Планирование на

предприятии», «Организация предпринимательской деятельности», «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации), «Управление снабжением и сбытом".

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

а) очная форма

Вид учебной работы / номер семестра в УП	Всего, зачетных единиц (акад.часов)	Семестр
Номер семестра		5
Общая трудоемкость дисциплины	**4 (144)**	**4 (144)**
Контактная работа с преподавателем:	1,5 (54)	1,5 (54)
занятия лекционного типа	0,5 (18)	0,5 (18)
занятия семинарского типа	1,0 (36)	1,0 (36)
в том числе: семинары		
практические занятия	1,0 (36)	1,0 (36)
практикумы		
лабораторные работы		
коллоквиумы		
иные аналогичные занятия		
в том числе: курсовое проектирование		
групповые консультации		
индивидуальная работа с преподавателем		
иная контактная внеаудиторная работа		
Самостоятельная работа обучающихся:	2,5(90)	2,5(90)
изучение теоретического курса (ТО)	2,5(90)	2,5(90)
индивидуальные задания (ИЗ)		
расчетно-графические работы (РГР)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КР/КП)		
контрольные работы (Кн.р)		
другие виды самостоятельной работы		
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

а) очная форма

№ п/п	Раздел/тема	Занятия лекционного типа, (акад.часов)	Занятия семинарского типа, (акад.часов)		Самостоя-тельная работа, (акад.часов)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или практические занятия	Лабораторные работы		
1	Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА					
1.1	Теоретические и методологические основы маркетинга	1	4		8	ПК-2
2	Раздел 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ					
2.1	Маркетинговые исследования	1	4		8	ПК-2
3	Раздел 3. ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНОЧНОЙ СИТУАЦИИ					
3.1	Исследование рынка	1	4		8	ПК-2
3.2	Изучение потребителей	1	4		8	

3.3	Изучение конкурентов	1	4		8	
4	Раздел 4. ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА					
4.1	Товар и товарная политика	2	2		8	ПК-2
4.2	Конкурентоспособность товара и предприятия	1	2		8	
4.3	Ценовая политика	2	2		8	
4.4	Организация товародвижения	1	2		8	
4.5	Маркетинговые коммуникации	2	2		8	
5	Раздел 5. ПЛАНИРОВАНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ					
5.1	Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности	3	2		6	ПК-2
6	Раздел 6. ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА					
6.1	Особенности международного маркетинга	2	4		4	
	Всего:	**18**	**36**		**90**	

Программой дисциплины «Маркетинг» предусмотрены занятия лекционного типа, занятия семинарского типа и самостоятельная работа обучающихся.

На занятиях семинарского типа выполняются практические работы.

Самостоятельная работа предполагает изучение обучающимися теоретического курса.

Для запланированных видов занятий разработаны учебно-методические материалы, которые включены в состав электронного учебно-методического комплекса дисциплины (ЭУМКД) по дисциплине «Маркетинг» [8], указаны в п. 8.1. Рекомендуемая литература.

5.2. Занятия лекционного типа

№ темы	Раздел/тема дисциплины	Краткое содержание лекционного занятия
1	Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА	
1.1	Теоретические и методологические основы маркетинга	Основные этапы становления и развития маркетинга. Эволюция маркетинга в России. Основные понятия маркетинга. Принципы и методы маркетинга. Функции маркетинга. Комплекс маркетинга. Маркетинговая среда организации.
2	Раздел 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	
2.1	Маркетинговые исследования	Сущность и направления маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования.
3	Раздел 3. ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНОЧНОЙ СИТУАЦИИ	
3.1	Исследование рынка	Понятие рынка. Классификация рынков. Определение параметров рынка. Анализ рынка. Подготовка аналитического отчета о состоянии рынка. Емкость рынка. Определение рыночной доли. Способы выявления насыщения рынка. Параметры стабильности рынка. Исследование конъюнктуры рынка. Исследование конъюнктуры рынка по виду товара.
3.2	Изучение потребителей	Современная теория потребностей. Классификация потребителей и основные характеристики покупателя. Мотивация потребителя и факторы, влияющие на покупательское поведение. Процесс выбора товара потребителем и принятия решения о покупке. Критерии и методы сегментирования рынка. Позиционирование товара на рынке.
	Изучение конкурентов	Конкуренция. Виды конкуренции. Методы анализа деятельности конкурентов. Виды источников информации о конкурентах. Особенности их использования.
4	Раздел 4. ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА	
4.1	Товар и товарная политика	Товар и его коммерческие характеристики. Классификация товаров и услуг. Ассортимент и номенклатура товаров. Жизненный цикл товара и характеристика его стадий. Задачи товарной политики и пути их решения. Управление конкурентоспособностью товара. Оценка конкурентоспособности товара. Управление жизненным циклом товара. Управление ассортиментом. Методы анализа ассортимента. Марка и марочная политика.
4.2	Конкурентоспособность товара и предприятия	Факторы (критерии), определяющие конкурентоспособность. Методы, используемые для определения комплексного показателя конкурентоспособности.

4.3	Ценовая политика	Понятие «цены». Виды цен и особенности их применения. Методы расчета цен. Ценовые стратегии. Виды скидок и условия их применения.
4.4	Организация товародвижения	Понятие «товародвижения». Торговые посредники и их классификация. Дилеры и дистрибьюторы. Каналы распределения: уровни и типы организации. Стратегия выбора каналов распределения (товародвижения). Управление каналами распределения (товародвижения). Товародвижение. Организация оптовой и розничной торговли
4.5	Маркетинговые коммуникации	Понятие «маркетинговые коммуникации». Комплекс маркетинговых коммуникаций. Виды и средства рекламы. Паблик рилейшинс (Public Relations, PR) и торговая пропаганда. Формы краткосрочного стимулирования. Методы персональных продаж (личная продажа). Прямой маркетинг. Спонсоринг. Продукт-плейсмент. Брендинг. Выставки и ярмарки. Задачи коммуникационной политики и пути их решения.
5	Раздел 5. ПЛАНИРОВАНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
5.1	Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности	План маркетинга. Бюджет маркетинга. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Маркетинговый контроль.
6	Раздел 6 ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА	
6.1	Особенности международного маркетинга	Сущность, цели и задачи международного маркетинга. Факторы международной окружающей среды. Особенности организации маркетинговых исследований в международном маркетинге. Основные этапы принятия решения по

5.3. Занятия семинарского типа

5.3.1. Практические занятия

№ темы	Раздел/тема дисциплины	Наименование и объем практического занятия, часа(ов)	Краткое содержание практического занятия
1	Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА		
1.1	Теоретические и методологические основы маркетинга	Тема 1: Анализ внутренней среды предприятия. (4).	**Цель занятия:** освоить методику оценки внутренней среды предприятия **Краткое содержание занятия.** Влияние конкурентной среды. Влияние поведения поставщиков на деятельность организации. Использование кейс-метода.
1.2	Наименование темы	Тема 2: Анализ внешней среды предприятия (4).	**Цель занятия:** ознакомиться с факторами внешней среды и освоить методику оценки внешней среды предприятия **Краткое содержание занятия.** Влияние экономической, демографической, социально-культурной, природно-экологической, научно-технической, политико-правовой среды на деятельность организации. Использование кейс-метода.
2	Раздел 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ		
2.1	Маркетинговые исследования	Тема 3: Процесс маркетингового исследования (4).	**Цель занятия:** освоение методики проведения маркетингового исследования **Краткое содержание занятия.** Определение потребности, проблемы и формирование целей маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Выбор методов проведения маркетинговых исследований. Определение методов сбора маркетинговых данных.
3	Раздел 3 ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНОЧНОЙ СИТУАЦИИ		
3.1	Исследование рынка	Тема 4: Анализ и прогнозирование рыночной конъюнктуры. (4).	**Цель занятия:** освоение методики проведения анализа и прогнозирования рыночной конъюнктуры **Краткое содержание занятия.** Исследование и анализ рынков. Оценка текущего спроса. Оценка емкости рынка и факторы, влияющие на ее уровень. Предмет исследования рынков отдельных товаров. Проблематика рыночного исследования. Исследование рынка с использованием поисковой системы интернет.
3.2	Изучение потребителей	Тема 5: Изучение покупателя в процессе	**Цель занятия:** приобретение навыков в применении методов изучения потенциальных покупателей

		маркетингового исследования (Деловая игра) (4).	**Краткое содержание занятия.** Деловая игра предназначена для закрепления теоретических знаний и освоения практических методов и приемов изучения потенциальных покупателей.
3.3	Изучение конкурентов	Тема 6: Методы анализа деятельности конкурентов (4).	**Цель занятия:** освоение методики анализа деятельности конкурентов **Краткое содержание занятия.** Общее понятие конкурентной среды. Характеристика типов рынка. Привлекательность отрасли и конкурентная борьба внутри нее. Изучение методов анализа деятельности конкурентов с использование кейс-метода.
4	РАЗДЕЛ 4 ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА		
4.1	Товар и товарная политика	Тема 7: Планирование ассортимента (2).	**Цель занятия:** освоение методов планирования ассортимента **Краткое содержание занятия.** Методы планирования ассортимента. Использование АВС метода при планировании ассортимента.
		Тема 8: Управление жизненным циклом товара (2).	**Цель занятия**: изучить основные методы управления жизненным циклом товара **Краткое содержание занятия.** Понятие жизненного цикла товара. Основные маркетинговые решения на каждой стадии жизненного цикла товара.
4.2	Конкурентоспособ-ность товара и предприятия	Тема 9: Оценка конкурентоспособности товара (2).	**Цель занятия:** освоение методики оценки конкурентоспособности товара **Краткое содержание занятия.** Понятие конкурентоспособности товара. Факторы, определяющие конкурентоспособность товара. Методика оценки конкурентоспособности товара. Расчет конкурентоспособности товара.
4.3	Ценовая политика	Тема 10 10: Ценообразование в маркетинге (2).	**Цель занятия:** освоение методики определения уровня цен **Краткое содержание занятия.** Цена и теоретические основы цены. Содержание и цели ценовой политики. Виды ценовых стратегий. Формирование ценовой политики. Методика определения уровня цен.
		Тема 11: Ценовая политика предприятия (2).	**Цель занятия:** приобретение навыков разработки ценовой политики предприятия **Краткое содержание занятия.** Понятие ценовые стратегии. Виды ценовых стратегий. Применение ценовых стратегий с использование кейс-метода.
4.4	Организация товародвижения	Тема 12: Организация товародвижения на предприятии (2).	**Цель занятия:** приобретение навыков выбора и управления каналами распределения **Краткое содержание занятия.** Выбор канала распределения. Выбор канала распределения с учетом объема продаж. Определение структуры отдела сбыта. Определение оптимального числа торговых представителей компании.
4.5	Маркетинговые коммуникации	Тема 13: Рекламная деятельность на предприятии (2).	**Цель занятия:** приобретение навыков расчета эффективности рекламной кампании **Краткое содержание занятия.** Расчет эффективности рекламной кампании. Выбор рекламного носителя.
		Тема 14: Стимулирование сбыта (2).	**Цель занятия:** ознакомление с современными методами стимулирования сбыта **Краткое содержание занятия.** Определение эффективности акции по стимулированию сбыта. Расчет бюджета стимулирования на основе целей маркетинга.
5	Раздел 5 ПЛАНИРОВАНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		
5.1	Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности	Тема 15: Разработка организационной структуры управления предприятием (деловая игра)	**Цель:** приобретение навыков проектирования организационной структуры управления **Краткое содержание занятия.** Целью деловой игры является освоение практических навыков департаментализации и разработки организационной

		(2).	структуры управления предприятием.
		Тема 16: Разработка плана маркетинга (2).	**Цель занятия:** освоение методики разработки плана маркетинга на предприятии **Краткое содержание занятия.** Методика разработки плана маркетинга. Разработка плана маркетинга для выбранного студентами предприятия или с использованием кейс-метода.
6	Раздел 6 ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА		
6.1	Особенности международного маркетинга	Тема 17: Концепция международного маркетинга (4).	**Цель занятия:** изучить особенности организации маркетинговых исследований в международном маркетинге **Краткое содержание занятия.** Особенности организации маркетинговых исследований в международном маркетинге. Основные этапы принятия решения по выходу фирмы на международный рынок. Стратегии проникновения на зарубежные рынки.
	Всего:	(36)	

5.3.2. Лабораторные работы

Лабораторные работы по дисциплине не предусмотрены.

5.4 Занятия в форме практической подготовки

Занятия в форме практической подготовки по дисциплине не организуются.

6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Маркетинг» сформированы в виде фонда оценочных средств (ФОС) и представлены в приложении к рабочей программе.

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

7.1. Рекомендуемая литература

№ п/п	Наименование	Электронный адрес	Кол-во экз.
	7.1.1. Основная литература		
1	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 358 с. — (Высшее образование). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531181.	https://urait.ru/bcode/531181	
2	Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 408 с. — (Высшее образование). . — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530925.	https://urait.ru/bcode/530925	
3	Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). —	https://urait.ru/bcode/511398	

	Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511398.		
	7.1.2. Дополнительная литература		
4	Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511401.	https://urait.ru/bcode/511401	
5	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512019.	https://urait.ru/bcode/512019	
6	Маркетинг территорий : учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 446 с. — (Высшее образование). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515029.	https://urait.ru/bcode/515029	
7	Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). —Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511247	https://urait.ru/bcode/511247	
8	Маркетинг [Электронный ресурс]: электрон. учеб.-метод. комплекс / сост. С.А. Евсеева. – Лесосибирск, 2017. – Режим доступа: http://www.lfsibgu.ru/index.php/ru/elektronnyj-katalog	http://www.lfsibgu.ru/index.php/ru/elektronnyj-katalog	

7.2. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины

№ п/п	Наименование
1	Консультант Плюс: справочная правовая система. – Москва : Консультант Плюс, 1992– . – Режим доступа: лок. сеть вуза. – Обновляется ежекварт. – Текст : электронный.
2	Лань : электронно-библиотечная система издательства : [сайт]. – Москва, 2010 – . – URL: http://e.lanbook.com. – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.
3	ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : [сайт]. – Москва, 2013– . – URL: https://urait.ru/ . – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.
4	Сервер электронно-дистанционного обучения СибГУ им. М. Ф. Решетнева: [электрон. образоват. ресурс для студентов всех форм обучения] : [сайт]. – URL: https://dl.sibsau.ru. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

7.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Программой дисциплины «Маркетинг» предусмотрены занятия лекционного типа, занятия семинарского типа (практические занятия) и самостоятельная работа обучающихся.

Самостоятельная работа предполагает изучение теоретического курса. В период освоения дисциплины для обучающихся организуются индивидуальные и групповые консультации.

При изучении дисциплины обязательным является выполнение следующих организационных требований:

– обязательное посещение всех видов аудиторных занятий;
– ведение конспекта лекций, практических занятий;
– активная работа во время занятий;
– регулярная самостоятельная работа обучающегося в соответствии с рабочей программой дисциплины и рейтинг планом;
– своевременная сдача отчетных документов;
– получение дополнительных консультаций по подготовке, оформлению и сдаче отдельных видов заданий, в случае пропусков занятий.

Самостоятельная работа обучающегося направлена на:

– стимулирование познавательного интереса;
– систематизацию и закрепление полученных теоретических знаний;
– развитие познавательных способностей, активности, самостоятельности, ответственности и организованности обучающихся;
– формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.

Чтобы выполнить весь объем самостоятельной работы по всем осваиваемым дисциплинам, обучающемуся необходимо заниматься по 3-5 часов ежедневно. Начинать самостоятельные внеаудиторные занятия следует с первых же дней семестра, поскольку компенсировать пропущенный материал позднее без снижения качества работы и ее производительности практически невозможно.

Вид учебных занятий	Организация деятельности обучающегося
Лекция	Лекции имеют целью дать систематизированные знания об изучаемой предметной области. В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на лабораторные работы и указания на самостоятельную работу. В ходе лекций обучающимся рекомендуется: – вести конспектирование учебного материала; – обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению; – задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Для успешного овладения курсом необходимо посещать все лекции, так как тематический материал взаимосвязан между собой.
Практическая работа	Практическая работа – это активная форма учебного процесса в вузе. Практические занятия проводятся с целью углубления и закрепления теоретических знаний, получения практических умений и навыков решения задач, развития абстрактного и логического мышления. При подготовке к практическим работам обучающемуся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, учесть рекомендации

	преподавателя. Практические работы выполняются обучающимися в специализированной аудитории. Номер варианта практической работы определяет преподаватель по списку группы. Каждую практическую работу обучающийся должен защитить устно, предоставив выполненные задания и ответив на контрольные вопросы.
Самостоятельная работа (изучение теоретической части курса)	При изучении дисциплины не все вопросы рассматриваются на лекциях и практических занятиях, часть вопросов рекомендуется преподавателем для самостоятельного изучения. При самостоятельном изучении и проработке теоретического курса необходимо повторить законспектированный во время лекции материал и дополнить его с учетом рекомендованной литературы. Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной и научной литературы. Основная функция учебников - ориентировать обучающихся в системе знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по данной дисциплине будущими специалистами. Поиск ответов на вопросы и выполнение заданий для самостоятельной работы позволяет расширить и углубить знания по курсу, применить теоретические знания в решении задач практического содержания, закрепить изученное ранее. Уровень усвоения материала может быть оценен при ответах на контрольные вопросы для самопроверки по соответствующим темам и разделам.
Подготовка к зачету	Подготовка к зачету предполагает изучение рекомендуемой литературы и других источников, конспектов лекций, повторение материалов практических и лабораторных работ.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование аудитории	Назначение аудитории	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Аудитория, укомплектована специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации в большой аудитории: проекционное оборудование, мультимедийный компьютер. Возможность подключения к сети "Интернет" (неограниченный доступ) и обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду организации. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины: 1. Microsoft Office 2010, 2. Microsoft Windows Education 10, 3. Acrobat Reader DC, 4. Dr.Web Desktop Security Suit.
Помещение для самостоятельной работы	для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория (читальный зал научно-технической библиотеки) оснащена компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" (неограниченный доступ) и обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду организации. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины: Microsoft Office 2010, Microsoft Windows Education 10, Браузер GOOGLE CHROME, Acrobat Reader DC, Dr.Web Desktop Security Suit.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Лесосибирский филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М.Ф. Решетнева»

ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине
(приложение к рабочей программе дисциплины)

МАРКЕТИНГ

Направление подготовки
38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) образовательной программы
Экономика и управление на предприятии

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
очная

Красноярск 2023

Фонд оценочных средств
для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине Маркетинг

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины Маркетинг и предназначен для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в программе индикаторами достижения компетенций.

ФОС включает в себя оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в форме зачета.

В состав ФОС входят следующие оценочные средства*:*

– вопросы для защиты практических работ на занятиях семинарского типа (текущий контроль);

– вопросы к зачету (промежуточная аттестации).

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в программе индикаторами достижения компетенций

Код компе-тенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в программе индикаторами достижения компетенции
ПК-2	Способен осуществлять расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации.	ПК-2.1. Формирует и проверяет планы финансово-экономического развития организации. ПК-2.2. Осуществляет выбор и применение статистических, экономико-математических методов и маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации. ПК-2.3. Проводит расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов. ПК-2.4. Осуществляет расчет влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации. ПК-2.5. Определяет экономическую эффективность организации труда и производства, внедрения инновационных технологий. ПК-2.6. Проводит экономический анализ хозяйственной и финансово-хозяйственной деятельности организации и готовит отчеты. ПК-2.7. Определяет резервы повышения эффективности деятельности организации. ПК-2.8. Проводит совершенствование форм организации труда и управления, а также плановой и учетной документации организации.	**Знать:** 1.методы экономического анализа показателей маркетинговой деятельности организации. **Уметь:** 1.выполнять необходимые для составления экономических разделов маркетинговых планов расчеты и обосновывать их. **Владеть навыками:** 1.применения маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации.

2.1. Формы контроля формирования компетенций

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Раздел 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА		
1.1	Теоретические и методологические основы маркетинга	ПК-2	Текущий контроль: защита практических работ на занятиях семинарского типа
	Раздел 2 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ		
2.1	Маркетинговые исследования	ПК-2	Текущий контроль: защита практических работ на занятиях семинарского типа
	Раздел 3 ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНОЧНОЙ СИТУАЦИИ		
3.1	Исследование рынка	ПК-2	Текущий контроль: защита практических работ на занятиях семинарского типа
3.2	Изучение потребителей	ПК-2	Текущий контроль: защита практических работ на занятиях семинарского типа
3.3	Изучение конкурентов	ПК-2	Текущий контроль: защита практических работ на занятиях семинарского типа
	РАЗДЕЛ 4 ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА		
4.1	Товар и товарная политика	ПК-2	Текущий контроль: защита практических работ на занятиях семинарского типа
4.2	Конкурентоспособность товара и предприятия	ПК-2	Текущий контроль: защита практических работ на занятиях семинарского типа
4.3	Ценовая политика	ПК-2	Текущий контроль: защита практических работ на занятиях семинарского типа
4.4	Организация товародвижения	ПК-2	Текущий контроль: защита практических работ на занятиях семинарского типа
4.5	Маркетинговые коммуникации	ПК-2	Текущий контроль: защита практических работ на занятиях семинарского типа
	Раздел 5 ПЛАНИРОВАНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		
5.1	Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности	ПК-2	Текущий контроль: защита практических работ на занятиях семинарского типа
	Раздел 6 ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА		

6.1	Особенности международного маркетинга	ПК-2	Текущий контроль: защита практических работ на занятиях семинарского типа
	Промежуточная аттестация по дисциплине	ПК-2	Промежуточная аттестация по дисциплине вопросы к зачету

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков владения, соотнесенных с установленными в программе индикаторами достижения компетенций

3.1.Задания для практических работ на занятиях семинарского типа (текущий контроль), формирование компетенций ПК-2

Подробное описание практических работ и контрольные вопросы приводятся в Практикуме, который включен в состав ЭУМКД [8] .

3.2. Вопросы к зачету (промежуточная аттестация), формирование компетенций ПК-2

1. Определение маркетинга
2. Функции и задачи маркетинга
3. Окружающая среда маркетинга. Макросреда
4. Окружающая среда маркетинга. Микросреда
5. Сущность маркетинговых исследований
6. Система маркетинговой информации
7. Процесс маркетингового исследования.
8. Анализ рыночных возможностей. Цели и задачи
9. Методы анализа рыночных возможностей. Сетка «товар-рынок»
10. Сегментация рынка. Виды и критерии сегментации
11. Позиционирование продукта на рынке
12. Товар в системе маркетинга. Сущность товарной политики
13. Жизненный цикл товара
14. Конкурентоспособность товара
15. Процесс формирования ассортимента
16. Товарные стратегии.
17. Сущность ценовой политики
18. Ценовые стратегии
19. Методология определения цены продукта
20. Каналы распределения товаров
21. Структура и уровни каналов распределения
22. Участники системы распределения продукции.
23. Организация сбыта на предприятии. Основные принципы
24. Организационные формы сбыта
25. Сущность системы формирования спроса и стимулирования сбыта
26. Понятие товарной рекламы
27. Методы «паблик рилейшнз»
28. Понятие стратегии маркетинга

29. Процесс планирования маркетинга
30. Тактика маркетинга
31. Сущность контроля маркетинга. Предмет и объекты контроля
32. Бюджет маркетинга
33. Принципы построения организационной структуры маркетинга

4. Описание показателей, критериев, шкал оценивания планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в программе индикаторами достижения компетенций

4.1. Показатели и критерии оценивания ответов на вопросы для защиты практических работ на занятиях семинарского типа

Оценка	Показатели оценивания	Критерии оценивания
«5» (отлично, зачтено)	Знание материала практической работы, умение анализировать полученные результаты и делать выводы, владение навыками самостоятельного выполнения практической работы, правильность ответа, структура и стиль ответа.	Ответ представлен в полном объеме в соответствии с поставленным вопросом. Студент знает материал практической работы, умеет анализировать полученные результаты и делать выводы, владеет навыками самостоятельного выполнения практической работы. Ответ сформулирован самостоятельно. Содержание ответа правильное, структура и стиль ответа образцовые присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы.
«4» (хорошо, зачтено):		Ответ представлен в соответствии с поставленным вопросом с незначительными замечаниями. Студент знает материал практической работы, умеет анализировать полученные результаты и делать выводы, владеет навыками самостоятельного выполнения практической работы. Ответ сформулирован самостоятельно. Содержание ответа правильное, в структуре и стиле ответа нет грубых ошибок.
«3» (удовлетворительно, зачтено)		Содержание ответа имеет значительные замечания, устраненные во время контактной работы с преподавателем. Студент на удовлетворительном уровне знает материал практической работы, умеет анализировать полученные результаты и делать выводы. В оформлении, структуре и стиле ответа есть недостатки; работа выполнена самостоятельно.
«2» (неудовлетворительно, не зачтено)		Часть ответа или весь ответ выполнен из фрагментов работ других авторов и носит несамостоятельный характер. Содержание ответа не соответствует поставленной теме. Студент не знает материал практической работы, не умеет анализировать полученные результаты и делать выводы.

4.2. Показатели и критерии оценивания устного (письменного) ответа на зачете

Оценка	Показатели оценивания	Критерии оценивания
«5» (отлично, зачтено)	Знание программного материала, владение понятийным аппаратом, последовательность, логичность и стиль изложения, адекватность иллюстраций, умение анализировать классифицировать, обобщать, конкретизировать и	Содержание ответа соответствует заданному вопросу. В ответе отражены все дидактические единицы, предусмотренные заданием. Продемонстрировано знание фактического материала, отсутствуют фактические ошибки. Продемонстрировано уверенное владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (уместность употребления, аббревиатуры, толкование и т.д.), отсутствуют ошибки в употреблении терминов. Обучающийся самостоятельно демонстрирует уверенное владение освоенным материалом, изложение сопровождает адекватными иллюстрациями (примерами).

	систематизировать изученный материал.	Ответ четко структурирован, части ответа логически взаимосвязаны. Обучающийся умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал.
«4» (хорошо, зачтено):		Содержание ответа в целом соответствует заданному вопросу. Продемонстрировано знание фактического материала, встречаются несущественные фактические ошибки. Продемонстрировано владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (уместность употребления, аббревиатуры, толкование и т.д.), отсутствуют ошибки в употреблении терминов. Обучающийся самостоятельно, и отчасти при наводящих вопросах преподавателя, демонстрирует уверенное владение освоенным материалом, изложение сопровождает адекватными иллюстрациями (примерами). Ответ в достаточной степени структурирован, части ответа логически взаимосвязаны. Обучающийся способен анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал.
«3» (удовлетворительно, зачтено)		Содержание ответа в целом соответствует заданному вопросу. Обучающийся демонстрирует знание обязательного объема фактического материала по дисциплине, но оперирует неточными формулировками и допускает фактические ошибки (25–30%). Продемонстрировано владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины, допущены ошибки в употреблении и трактовке терминов, расшифровке аббревиатур. Обучающийся проявляет затруднения в самостоятельных ответах. Примеры и иллюстрации, приведенные в ответе, в малой степени соответствуют изложенным теоретическим аспектам. Ответ плохо структурирован, части ответа разорваны логически. Обучающийся затрудняется анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал.
«2» (неудовлетворительно, не зачтено)		Содержание ответа не соответствует заданному вопросу или соответствует ему в очень малой степени Продемонстрировано крайне низкое (отрывочное) знание фактического материала, допущено много ошибок – практически все факты (данные) либо искажены, либо неверны. Продемонстрировано крайне слабое владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (неуместность употребления, неверные аббревиатуры, искаженное толкование и т.д.), присутствуют многочисленные ошибки в употреблении терминов. Обучающийся не освоил обязательного минимума знаний дисциплины, не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Для проверки качества освоения программы дисциплины и оценки результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в программе индикаторами достижения компетенции проводится текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся в форме зачете.

Контроль успеваемости обучающихся осуществляется с использованием рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся.

Текущий контроль проводится регулярно на всех видах групповых занятий по дисциплине. В конце семестра на основании поэтапного контроля процесса обучения суммируются баллы текущих, рубежных рейтингов (контрольные недели), подсчитываются дополнительные баллы (за посещаемость и активность на занятиях).

Результаты рейтинговой аттестации объявляются преподавателем на последнем занятии в зачетную неделю и служат основой для итогового результата промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.

5.1. Соответствие балльной шкалы оценок по дисциплине уровню сформированности компетенций обучающегося

Уровень сформированности компетенций	Оценка	Пояснение
Высокий	«5» (отлично) зачтено	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в программе индикаторами достижения компетенций, достигнуты.
Выше среднего	«4» (хорошо) зачтено	Теоретическое содержание курса освоено полностью, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями, планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в программе индикаторами достижения компетенций, достигнуты.
Средний	«3» (удовлетворительно) зачтено	Теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но отмечены ошибки, планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в программе индикаторами достижения компетенций, в целом достигнуты.
Неудовлетворительный	«2» (не удовлетворительно) не зачтено	Теоретическое содержание курса не освоено, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в программе индикаторами достижения компетенций, не достигнуты.