

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

Документ подписан электронной подписью

Сертификат: a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c

Владелец: Семенко Павел Васильевич

Действителен: с 17.09.2019 по 16.09.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**

Направление подготовки / специальность: **09.03.03 Прикладная информатика**

Направленность (профиль) / специализация: **Прикладная информатика в экономике**

Форма обучения: **заочная**

Факультет: **Заочный и вечерний факультет (ЗиВФ)**

Кафедра: **Кафедра автоматизированных систем управления (АСУ)**

Курс: **4, 5**

Семестр: **8, 9**

Учебный план набора 2020 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

| Виды учебной деятельности | 8 семестр | 9 семестр | Всего | Единицы |
|------------------------------------|-----------|-----------|-------|---------|
| Лекционные занятия | 6 | 2 | 8 | часов |
| Лабораторные занятия | 4 | 4 | 8 | часов |
| Самостоятельная работа | 26 | 60 | 86 | часов |
| Контрольные работы | | 2 | 2 | часов |
| Подготовка и сдача зачета | | 4 | 4 | часов |
| Общая трудоемкость | 36 | 72 | 108 | часов |
| (включая промежуточную аттестацию) | | | 3 | з.е. |

| Формы промежуточной аттестация | Семестр | Количество |
|--------------------------------|---------|------------|
| Зачет | 9 | |
| Контрольные работы | 9 | 1 |

Томск

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. Цель курса заключается в освоении студентами современных концепций маркетинга и формировании способности применять маркетинговые инструменты на практике.

1.2. Задачи дисциплины

1. Освоить основные концепции и положения маркетинга.
2. Разработать маркетинговый план, сегментировать рынок и выбрать целевую аудиторию.
3. Правильно продвигать товар, используя современные методы и технологии.
4. Понимать основные функции маркетинга в компании.
5. Знать процесс принятия потребителем решения о покупке.
6. Проводить качественные и количественные маркетинговые исследования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).

Часть блока дисциплин: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Модуль дисциплин: Модуль направленности (профиля).

Индекс дисциплины: Б1.В.01.13.

Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):

Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

| Компетенция | Индикаторы достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|----------------------------------|-----------------------------------|---|
| Универсальные компетенции | | |

| | | |
|--|---|---|
| УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК-1.1. Знает методики сбора и обработки информации, актуальные российские и зарубежные источники информации для решения поставленных задач, а также методы системного анализа | Знает для решения задач по маркетинговым исследованиям различные методики сбора и обработки информации, в том числе и из зарубежных источников информации |
| | УК-1.2. Умеет применять методики поиска, сбора и обработки информации, осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников | Умеет применять методики поиска, сбора и обработки информации для осуществления различных видов маркетингового анализа |
| | УК-1.3. Владеет методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации, методикой системного подхода для решения поставленных задач; способен генерировать различные варианты решения поставленных задач | Владеет при решении задач в маркетинговых исследованиях различными методами поиска, сбора и обработки информации, методикой системного подхода |
| Общепрофессиональные компетенции | | |
| - | - | - |
| Профессиональные компетенции | | |
| - | - | - |

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной деятельности представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины по видам учебной деятельности

| Виды учебной деятельности | Всего часов | Семестры | |
|---|-------------|-----------|-----------|
| | | 8 семестр | 9 семестр |
| Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего | 18 | 10 | 8 |
| Лекционные занятия | 8 | 6 | 2 |
| Лабораторные занятия | 8 | 4 | 4 |
| Контрольные работы | 2 | | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего | 86 | 26 | 60 |
| Подготовка к лабораторной работе, написание отчета | 32 | 20 | 12 |
| Подготовка к тестированию | 18 | 6 | 12 |
| Подготовка к зачету | 24 | | 24 |

| | | | |
|-------------------------------------|-----|----|----|
| Подготовка к контрольной работе | 12 | | 12 |
| Подготовка и сдача зачета | 4 | | 4 |
| Общая трудоемкость (в часах) | 108 | 36 | 72 |
| Общая трудоемкость (в з.е.) | 3 | 1 | 2 |

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Структура дисциплины по разделам (темам) и видам учебной деятельности приведена в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

| Названия разделов (тем) дисциплины | Лек. зан., ч | Лаб. раб. | Сам. раб., ч | Всего часов (без зачета) | Формируемые компетенции |
|---|--------------|-----------|--------------|--------------------------|-------------------------|
| 8 семестр | | | | | |
| 1 Основные понятия, исследования и анализ | 3 | 4 | 14 | 21 | УК-1 |
| 2 Коммуникации, товары, бренд | 3 | - | 12 | 15 | УК-1 |
| Итого за семестр | 6 | 4 | 26 | 36 | |
| 9 семестр | | | | | |
| 3 Стратегии, маркетинговый план, интернет-маркетинг | 2 | 4 | 60 | 68 | УК-1 |
| Итого за семестр | 2 | 4 | 60 | 66 | |
| Итого | 8 | 8 | 86 | 102 | |

5.2. Содержание разделов (тем) дисциплины

Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)

| Названия разделов (тем) дисциплины | Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям) | Трудоемкость (лекционные занятия), ч | Формируемые компетенции |
|---|--|--------------------------------------|-------------------------|
| 8 семестр | | | |
| 1 Основные понятия, исследования и анализ | Маркетинговые исследования. Поведение потребителей | 2 | УК-1 |
| | Анализ внешней среды | 1 | УК-1 |
| | Итого | 3 | |
| 2 Коммуникации, товары, бренд | Маркетинговые коммуникации | 1 | УК-1 |
| | Товары. Продуктовая стратегия компании. Бренддинг. | 2 | УК-1 |
| | Итого | 3 | |
| Итого за семестр | | 6 | |
| 9 семестр | | | |
| 3 Стратегии, маркетинговый план, интернет-маркетинг | Интернет-маркетинг, стратегии маркетингового плана | 2 | УК-1 |
| | Итого | 2 | |
| Итого за семестр | | 2 | |
| Итого | | 8 | |

5.3. Контрольные работы

Виды контрольных работ и часы на контрольные работы приведены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 – Контрольные работы

| № п.п. | Виды контрольных работ | Трудоемкость, ч | Формируемые компетенции |
|------------------|------------------------|-----------------|-------------------------|
| 9 семестр | | | |
| 1 | Контрольная работа | 2 | УК-1 |
| Итого за семестр | | 2 | |
| Итого | | 2 | |

5.4. Лабораторные занятия

Наименование лабораторных работ приведено в таблице 5.4.

Таблица 5.4 – Наименование лабораторных работ

| Названия разделов (тем) дисциплины | Наименование лабораторных работ | Трудоемкость, ч | Формируемые компетенции |
|---|--|-----------------|-------------------------|
| 8 семестр | | | |
| 1 Основные понятия, исследования и анализ | Диаграмма связей (Mind Map). "Голубой океан" или "фиолетовая королева" | 4 | УК-1 |
| | Итого | 4 | |
| Итого за семестр | | 4 | |
| 9 семестр | | | |
| 3 Стратегии, маркетинговый план, интернет-маркетинг | Традиционный маркетинг и интернет-маркетинг | 4 | УК-1 |
| | Итого | 4 | |
| Итого за семестр | | 4 | |
| Итого | | 8 | |

5.5. Практические занятия (семинары)

Не предусмотрено учебным планом

5.6. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено учебным планом

5.7. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 5.7.

Таблица 5.7 – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

| Названия разделов (тем) дисциплины | Виды самостоятельной работы | Трудоемкость, ч | Формируемые компетенции | Формы контроля |
|---|--|-----------------|-------------------------|---------------------|
| 8 семестр | | | | |
| 1 Основные понятия, исследования и анализ | Подготовка к лабораторной работе, написание отчета | 12 | УК-1 | Лабораторная работа |
| | Подготовка к тестированию | 2 | УК-1 | Тестирование |
| | Итого | 14 | | |
| 2 Коммуникации, товары, бренд | Подготовка к лабораторной работе, написание отчета | 8 | УК-1 | Лабораторная работа |
| | Подготовка к тестированию | 4 | УК-1 | Тестирование |
| | Итого | 12 | | |

| | | | | |
|---|--|----|------|---------------------|
| Итого за семестр | | 26 | | |
| 9 семестр | | | | |
| 3 Стратегии, маркетинговый план, интернет-маркетинг | Подготовка к зачету | 24 | УК-1 | Зачёт |
| | Подготовка к контрольной работе | 12 | УК-1 | Контрольная работа |
| | Подготовка к тестированию | 12 | УК-1 | Тестирование |
| | Подготовка к лабораторной работе, написание отчета | 12 | УК-1 | Лабораторная работа |
| | Итого | 60 | | |
| Итого за семестр | | 60 | | |
| | Подготовка и сдача зачета | 4 | | Зачет |
| Итого | | 90 | | |

5.8. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности представлено в таблице 5.8.

Таблица 5.8 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

| Формируемые компетенции | Виды учебной деятельности | | | Формы контроля |
|-------------------------|---------------------------|-----------|-----------|--|
| | Лек. зан. | Лаб. раб. | Сам. раб. | |
| УК-1 | + | + | + | Зачёт, Контрольная работа, Лабораторная работа, Тестирование |

6. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

Рейтинговая система не используется

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Маркетинг: Учебное пособие / М. А. Афонасова - 2015. 106 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/5564>.

7.2. Дополнительная литература

1. Диденко, Николай Иванович. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк ; рец.: Г. Л. Багиев, В. И. Черенков. - Электрон. текстовые дан. - М. : Юрайт, 2019. - 409 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://urait.ru/viewer/mezhdunarodnyy-marketing-431984#page/1>.

7.3. Учебно-методические пособия

7.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Маркетинг: Методические рекомендации по практическим занятиям и самостоятельной работе / М. А. Афонасова - 2018. 38 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/8273>.

7.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах,

адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к современным базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которым у ТУСУРа открыт доступ: <https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh>.

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

8.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с достаточным количеством посадочных мест для учебной группы, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются мультимедийное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

8.2. Материально-техническое и программное обеспечение для лабораторных работ

Учебная вычислительная лаборатория: учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы; 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 401 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Компьютер Деро;
- Системный блок iRU Corp MT312 P G4620 3.7ГГц/4Гб RAM/500Гб;
- HDD/WiFi (15 шт.);
- Монитор BenQ GL2250 (15 шт.);
- Проектор Acer X125H DLP;
- Видеокамера (2 шт.);
- Точка доступа WiFi;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- LibreOffice;
- Microsoft PowerPoint Viewer;
- Microsoft Windows 7 Pro;
- Microsoft Word Viewer;

8.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 209 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду ТУСУРа.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

8.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями зрения** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

9. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

9.1. Содержание оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы, представленные в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Формы контроля и оценочные материалы

| Названия разделов (тем) дисциплины | Формируемые компетенции | Формы контроля | Оценочные материалы (ОМ) |
|---|-------------------------|---------------------|-------------------------------------|
| 1 Основные понятия, исследования и анализ | УК-1 | Лабораторная работа | Темы лабораторных работ |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |
| 2 Коммуникации, товары, бренд | УК-1 | Лабораторная работа | Темы лабораторных работ |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |

| | | | |
|---|------|---------------------|--|
| 3 Стратегии, маркетинговый план, интернет-маркетинг | УК-1 | Зачёт | Перечень вопросов для зачета |
| | | Контрольная работа | Примерный перечень вариантов (заданий) контрольных работ |
| | | Лабораторная работа | Темы лабораторных работ |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |

Шкала оценки сформированности отдельных планируемых результатов обучения по дисциплине приведена в таблице 9.2.

Таблица 9.2 – Шкала оценки сформированности планируемых результатов обучения по дисциплине

| Оценка | Баллы за ОМ | Формулировка требований к степени сформированности планируемых результатов обучения | | |
|----------------------------|--|---|---|--|
| | | знать | уметь | владеть |
| 2 (неудовлетворительно) | < 60% от максимальной суммы баллов | отсутствие знаний или фрагментарные знания | отсутствие умений или частично освоенное умение | отсутствие навыков или фрагментарные применение навыков |
| 3 (удовлетворительно) | от 60% до 69% от максимальной суммы баллов | общие, но не структурированные знания | в целом успешно, но не систематически осуществляемое умение | в целом успешное, но не систематическое применение навыков |
| 4 (хорошо) | от 70% до 89% от максимальной суммы баллов | сформированные, но содержащие отдельные проблемы знания | в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение | в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы применение навыков |
| 5 (отлично) | ≥ 90% от максимальной суммы баллов | сформированные систематические знания | сформированное умение | успешное и систематическое применение навыков |

Шкала комплексной оценки сформированности компетенций приведена в таблице 9.3.

Таблица 9.3 – Шкала комплексной оценки сформированности компетенций

| Оценка | Формулировка требований к степени компетенции |
|----------------------------|--|
| 2 (неудовлетворительно) | Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале или Знать на уровне ориентирования , представлений. Обучающийся знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения. |

| | |
|--------------------------|--|
| 3 (удовлетворительно) | Знать и уметь на репродуктивном уровне. Обучающихся знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях. |
| 4 (хорошо) | Знать, уметь, владеть на аналитическом уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения. |
| 5 (отлично) | Знать, уметь, владеть на системном уровне. Обучающийся знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания дисциплины, его значимость в содержании дисциплины. |

9.1.1. Примерный перечень тестовых заданий

1. Каковы основные методы принятия маркетинговых решений?
 - а) методы, основанные на суждениях;
 - б) логические и экспериментальные;
 - в) методы проб и ошибок г) количественные, экспертные.
2. Что представляет собой управленческое решение?
 - а) это метод воздействия на управляемый объект;
 - б) это способ минимизации затрат предприятия;
 - в) это планирование и контроль управленческих функций;
 - г) это выбор альтернативы, осуществляемый руководителем в рамках его должностных полномочий.
3. Что лежит в основе количественных методов принятия решений?
 - а) финансово-экономический анализ;
 - б) логические построения;
 - в) сравнительный анализ альтернатив;
 - г) выбор оптимальных решений путем обработки с помощью компьютера больших массивов информации.
4. От чего зависит качество принимаемых маркетинговых решений?
 - а) от технологии принятия и механизма реализации решений;
 - б) от уровня организации бизнес-процессов;
 - в) от качества планирования;
 - г) от уровня заработной платы сотрудников.
5. Что такое «методы принятия управленческих решений»?
 - а) это инструменты психологического воздействия на объект управления;
 - б) это конкретные способы, с помощью которых может быть решена проблема;
 - в) это способы снижения напряженности в коллективе;
 - г) это способы планирования будущего.
6. Выберите правильное утверждение.
 - а) маркетинг – основа для принятия управленческих решений;
 - б) маркетинг не обязательно использовать в процессе управления производственной деятельностью;
 - в) маркетинговые решения относятся к разряду краткосрочных и оперативных;
 - г) корпоративная и маркетинговая стратегии не связаны между собой.
7. Какими должны быть маркетинговые решения?
 - а) оперативными плановыми;
 - б) соответствующими маркетинговой стратегии;
 - в) экономичными.
8. Какие маркетинговые функции включает в себя управление производственной деятельностью?
 - а) управление информационными потоками;

- б) регулирование трудовых отношений;
 - в) анализ динамики спроса, анализ конкурентной среды;
 - г) организация и нормирование труда.
9. Что лежит в основе планирования производственной деятельности?
 - а) численность и квалификация персонала организации;
 - б) номенклатура и ассортимент выпускаемой продукции;
 - в) маркетинговое исследование рынка;
 - г) качество имеющихся ресурсов.
 10. Каковы основные этапы принятия маркетинговых решений?
 - а) выявление проблемы, сбор информации;
 - б) финансовый анализ подразделений организации;
 - в) определение жизненного цикла товара, анализ конкурентов;
 - г) регулирование и контроль бизнес-процессов.
 11. Что представляет собой стратегический анализ?
 - а) анализ административных и экономических рычагов управления;
 - б) использование комплекса стратегических решений для повышения рыночной устойчивости предприятия;
 - в) наиболее рациональное использование потенциала организации;
 - г) комплексное исследование факторов, которые могут повлиять на положение предприятия в перспективе, а также путей достижения стратегических целей предприятия.
 12. Что является результатом стратегического анализа?
 - а) выявленные тенденции развития финансового рынка;
 - б) мероприятия по минимизации затрат организации;
 - в) меры по снижению уровня рыночной конкуренции;
 - г) выявленные благоприятные и неблагоприятные факторы внешней среды, влияющие на динамику организации.
 13. От чего зависит качество маркетинговой стратегии?
 - а) от квалификации персонала организации;
 - б) от уровня мотивации сотрудников организации;
 - в) от уровня затрат на маркетинг г) от качества и взаимосвязи элементов стратегии.
 14. Каковы основные этапы разработки маркетинговой стратегии организации?
 - а) целеполагание, разработка стратегии, оценка результатов;
 - б) организация и координация маркетинговой деятельности;
 - в) подбор персонала для маркетинговой службы, контроль;
 - г) организация и контроль бизнес-процессов.
 15. Как бы Вы определили конкурентоспособность организации?
 - а) это свойство, характеризующее качество выпускаемой продукции;
 - б) это способность организации обеспечивать прибыльную работу;
 - в) это способность выдерживать конкуренцию, противостоять конкурентам;
 - г) это свойство, характеризующее финансово-экономическую устойчивость организации.
 16. Какие методы оценки конкурентоспособности организации Вы знаете?
 - а) методы, основанные на оценке рыночной стоимости организации;
 - б) методы оценки интеллектуальных продуктов;
 - в) методы, основанные на ассортиментных различиях;
 - г) методы оценки уровня обслуживания клиентов.

9.1.2. Перечень вопросов для зачета

1. Сущность и виды маркетинговых коммуникаций.
2. Реклама и ее роль. Виды и средства рекламы.
3. Паблик рилейшинз и товарная пропаганда.
4. Методы стимулирования сбыта.
5. Персональные продажи.
6. Сбыт продукции. Методы сбыта.
7. Каналы распределения и сбыта товаров.
8. Маркетинговые посредники и их классификация.
9. Сущность, цели и виды маркетинговых исследований.

10. Планирование и проведение маркетинговых исследований.

9.1.3. Темы лабораторных работ

1. Диаграмма связей (Mind Map). "Голубой океан" или "фиолетовая корова"
2. Традиционный маркетинг и интернет-маркетинг

9.1.4. Примерный перечень вариантов (заданий) контрольных работ

1. Методы и инструменты маркетинговых исследований.
2. Сущность и роль брендинга.
3. Планирование маркетинговой деятельности.
4. Процесс управления брендом.
5. Методы принятия решений по управлению производственной и маркетинговой деятельностью предприятия.

9.2. Методические рекомендации

Учебный материал излагается в форме, предполагающей самостоятельное мышление студентов, самообразование. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начать изучение дисциплины необходимо со знакомства с рабочей программой, списком учебно-методического и программного обеспечения. Самостоятельная работа студента включает работу с учебными материалами, выполнение контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом.

В процессе изучения дисциплины для лучшего освоения материала необходимо регулярно обращаться к рекомендуемой литературе и источникам, указанным в учебных материалах; пользоваться через кабинет студента на сайте Университета образовательными ресурсами электронно-библиотечной системы, а также общедоступными интернет-порталами, содержащими научно-популярные и специализированные материалы, посвященные различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следуйте рекомендациям:

– чтение или просмотр материала осуществляйте со скоростью, достаточной для индивидуального понимания и освоения материала, выделяя основные идеи; на основании изученного составить тезисы. Освоив материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;

– если в тексте встречаются незнакомые или малознакомые термины, следует выяснить их значение для понимания дальнейшего материала;

– осмысливайте прочитанное и изученное, отвечайте на предложенные вопросы.

Студенты могут получать индивидуальные консультации, в т.ч. с использованием средств телекоммуникации.

По дисциплине могут проводиться дополнительные занятия, в т.ч. в форме вебинаров. Расписание вебинаров и записи вебинаров публикуются в электронном курсе / электронном журнале по дисциплине.

9.3. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 9.2.

Таблица 9.2 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

| Категории обучающихся | Виды дополнительных оценочных материалов | Формы контроля и оценки результатов обучения |
|-----------------------|--|---|
| С нарушениями слуха | Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы | Преимущественно письменная проверка |
| С нарушениями зрения | Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам | Преимущественно устная проверка (индивидуально) |

| | | |
|---|---|--|
| С нарушениями опорно-двигательного аппарата | Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету | Преимущественно дистанционными методами |
| С ограничениями по общемедицинским показаниям | Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы | Преимущественно проверка методами, определяющимися исходя из состояния обучающегося на момент проверки |

9.4. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной форме;
- в печатной форме с увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- методом чтения ассистентом задания вслух;
- предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге;
- набор ответов на компьютере;
- набор ответов с использованием услуг ассистента;
- представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры АСУ
протокол № 13 от «31» 10 2019 г.

СОГЛАСОВАНО:

| Должность | Инициалы, фамилия | Подпись |
|------------------------------------|-------------------|--|
| Заведующий выпускающей каф. АСУ | А.М. Кориков | Согласовано, 9e8ba22e-f8dc-42a7- a705-2441d49ffeee |
| Заведующий обеспечивающей каф. АСУ | А.М. Кориков | Согласовано, 9e8ba22e-f8dc-42a7- a705-2441d49ffeee |
| Начальник учебного управления | Е.В. Саврук | Согласовано, fa63922b-1fce-4а6а- 845d-9ce7670b004c |
| Декан ЗиВФ | И.В. Осипов | Согласовано, 126832c4-9aa6-45bd- 8e71-e9e09d25d010 |

ЭКСПЕРТЫ:

| | | |
|-------------------------------|----------------|--|
| Доцент, каф. АСУ | А.И. Исакова | Согласовано, 79bf1038-9d22-4279- a1e8-7806307b7f82 |
| Заведующий кафедрой, каф. АСУ | В.В. Романенко | Согласовано, c3e2018f-3231-48c3- b093-89b6f5342191 |

РАЗРАБОТАНО:

| | | |
|---------------------|------------|--|
| Профессор, каф. АСУ | С.М. Левин | Разработано, 088cf2ac-6ddc-4f18- 9dd6-acbe2d16ca6f |
|---------------------|------------|--|