

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 УР

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, 10**  
Учебный план набора 2023 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

| Виды учебной деятельности                                | 8 семестр | 9 семестр | 10 семестр | Всего | Единицы |
|--|-----------|-----------|------------|-------|---------|
| Лекционные занятия                                       | 4         | 2         |            | 6     | часов   |
| Лабораторные занятия                                     | 4         | 4         |            | 8     | часов   |
| в т.ч. в форме практической подготовки                   | 4         | 4         |            | 8     | часов   |
| Самостоятельная работа                                   | 28        | 60        |            | 88    | часов   |
| Контрольные работы                                       |           | 2         |            | 2     | часов   |
| Подготовка и сдача зачета                                |           | 4         |            | 4     | часов   |
| Общая трудоемкость<br>(включая промежуточную аттестацию) | 36        | 72        | 0          | 108   | часов   |
|  |           |           |            | 3     | з.е.    |

| Формы промежуточной аттестация | Семестр | Количество |
|--------------------------------|---------|------------|
| Контрольные работы             | 9       | 1          |
| Зачет с оценкой                | 10      |            |

Томск

Согласована на портале № 69971

## 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) (major).

Индекс дисциплины: Б1.В.01.14.

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 |
|----------------------------------|-----------------------------------|---|
| <b>Универсальные компетенции</b> |                                   |   |

|  |   |   |
|--|---|---|
| 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            |
| <b>Общепрофессиональные компетенции</b>  |   |   |
| -  | -   | -   |
| <b>Профессиональные компетенции</b>  |   |   |
| -  | -   | -   |

**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 | 10 семестр |
| <b>Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего</b>   | 16          | 8         | 8         | 0          |
| Лекционные занятия  | 6           | 4         | 2         |            |
| Лабораторные занятия  | 8           | 4         | 4         |            |
| Контрольные работы  | 2           |           | 2         |            |
| <b>Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего</b> | 88          | 28        | 60        | 0          |
| Подготовка к лабораторной работе, написание отчета  | 40          | 20        | 20        |            |

|                                     |     |    |    |   |
|-------------------------------------|-----|----|----|---|
| Подготовка к тестированию           | 28  | 8  | 20 |   |
| Подготовка к контрольной работе     | 20  |    | 20 |   |
| <b>Подготовка и сдача зачета</b>    | 4   |    | 4  |   |
| <b>Общая трудоемкость (в часах)</b> | 108 | 36 | 72 | 0 |
| <b>Общая трудоемкость (в з.е.)</b>  | 3   | 1  | 2  | 0 |

## 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 экзамена) | Формируемые компетенции |
|---|--------------|-----------|--------------|----------------------------|-------------------------|
| <b>8 семестр</b>                          |              |           |              |                            |                         |
| 1 Основные понятия, исследования и анализ | 2            | 4         | 16           | 22                         | УК-1                    |
| 2 Коммуникации, товары, бренд             | 2            | -         | 12           | 14                         | УК-1                    |
| Итого за семестр                          | 4            | 4         | 28           | 36                         |                         |
| <b>9 семестр</b>                          |              |           |              |                            |                         |
| 3 Стратегии, маркетинговый план           | 2            | 4         | 60           | 68                         | УК-1                    |
| Итого за семестр                          | 2            | 4         | 60           | 66                         |                         |
| <b>10 семестр</b>                         |              |           |              |                            |                         |
| 4 Интернет-маркетинг                      | -            | -         | -            | 0                          | УК-1                    |
| Итого за семестр                          | 0            | 0         | 0            | 0                          |                         |
| Итого                                     | 6            | 8         | 88           | 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 |
|---|--|--------------------------------------|-------------------------|
| <b>8 семестр</b>                          |  |                                      |                         |
| 1 Основные понятия, исследования и анализ | Маркетинговые исследования. Поведение потребителей       | 1                                    | УК-1                    |
|   | Анализ внешней среды                                     | 1                                    | УК-1                    |
|   | Итого  | 2                                    |                         |
| 2 Коммуникации, товары, бренд             | Маркетинговые коммуникации                               | 1                                    | УК-1                    |
|   | Товары. Продуктовая стратегия компании. Бренддинг.       | 1                                    | УК-1                    |
|   | Итого  | 2                                    |                         |
| Итого за семестр                          |  | 4                                    |                         |
| <b>9 семестр</b>                          |  |                                      |                         |
| 3 Стратегии, маркетинговый план           | Интернет-маркетинг, стратегии маркетингового плана       | 2                                    | УК-1                    |
|   | Итого  | 2                                    |                         |
| Итого за семестр                          |  | 2                                    |                         |

| <b>10 семестр</b>    |                          |   |      |
|----------------------|--------------------------|---|------|
| 4 Интернет-маркетинг | Виды интернет-маркетинга | - | УК-1 |
|                      | Итого                    | - |      |
| Итого за семестр     |                          | - |      |
| Итого                |                          | 6 |      |

### 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 |
|------------------|------------------------|-----------------|-------------------------|
| <b>9 семестр</b> |                        |                 |                         |
| 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 |
|---|--|-----------------|-------------------------|
| <b>8 семестр</b>                          |  |                 |                         |
| 1 Основные понятия, исследования и анализ | Диаграмма связей (Mind Map).<br>"Голубой океан" или<br>"фиолетовая корова" | 4               | УК-1                    |
|   | Итого  | 4               |                         |
| Итого за семестр                          |  | 4               |                         |
| <b>9 семестр</b>                          |  |                 |                         |
| 3 Стратегии, маркетинговый план           | 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 |
|------------------------------------|-----------------------------|-----------------|-------------------------|----------------|
| <b>8 семестр</b>                   |                             |                 |                         |                |

|   |  |    |      |                     |
|---|--|----|------|---------------------|
| 1 Основные понятия, исследования и анализ | Подготовка к лабораторной работе, написание отчета | 12 | УК-1 | Лабораторная работа |
|   | Подготовка к тестированию                          | 4  | УК-1 | Тестирование        |
|   | Итого  | 16 |      |                     |
| 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                          |  | 28 |      |                     |
| <b>9 семестр</b>                          |  |    |      |                     |
| 3 Стратегии, маркетинговый план           | Подготовка к лабораторной работе, написание отчета | 20 | УК-1 | Лабораторная работа |
|   | Подготовка к тестированию                          | 20 | УК-1 | Тестирование        |
|   | Подготовка к контрольной работе                    | 20 | УК-1 | Контрольная работа  |
|   | Итого  | 60 |      |                     |
| Итого за семестр                          |  | 60 |      |                     |
|   | Подготовка и сдача зачета                          | 4  |      |                     |
| Итого                                     |  | 92 |      |                     |

### **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 с оценкой, 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           | УК-1                    | Контрольная работа  | Примерный перечень вариантов (заданий) контрольных работ |
|   |                         | Лабораторная работа | Темы лабораторных работ                                  |
|   |                         | Тестирование        | Примерный перечень тестовых заданий                      |
| 4 Интернет-маркетинг                      | УК-1                    | Зачёт с оценкой     | Перечень вопросов для зачета с оценкой                   |

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<br>(неудовлетворительно) | < 60% от максимальной суммы баллов         | отсутствие знаний или фрагментарные знания  | отсутствие умений или частично освоенное умение             | отсутствие навыков или фрагментарные применение навыков              |
| 3<br>(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<br>(неудовлетворительно) | Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале или<br>Знать на уровне <b>ориентирования</b> , 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<br>(удовлетворительно)   | Знать и уметь на <b>репродуктивном</b> уровне. Обучающихся знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях.   |
| 4 (хорошо)                 | Знать, уметь, владеть на <b>аналитическом</b> 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 <b>системном</b> 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 с оценкой

1. 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.
2. 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.
3. 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.
4. 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.
5. 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.
6. 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.

### 9.1.3. 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 9.4.

Таблица 9.4 – 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 № 1 от «24» 1 2023 г.

### СОГЛАСОВАНО:

| Должность                           | Инициалы, фамилия | Подпись  |
|-------------------------------------|-------------------|--|
| Заведующий выпускающей каф. АСУ     | В.В. Романенко    | Согласовано,<br>c3e2018f-3231-48c3-<br>b093-89b6f5342191 |
| Заведующий обеспечивающей каф. АСУ  | В.В. Романенко    | Согласовано,<br>c3e2018f-3231-48c3-<br>b093-89b6f5342191 |
| И.О. начальника учебного управления | И.А. Лариошина    | Согласовано,<br>c3195437-a02f-4972-<br>a7c6-ab6ee1f21e73 |
| Декан ЗиВФ                          | И.В. Осипов       | Согласовано,<br>126832c4-9aa6-45bd-<br>8e71-e9e09d25d010 |

### ЭКСПЕРТЫ:

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

### РАЗРАБОТАНО:

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