МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Практический маркетинг

Уровень образования: **высшее образование - магистратура**
Направление подготовки (специальность): **38.04.01 Экономика**
Направленность (профиль): **Экономика предпринимательства**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ЭФ, Экономический факультет**
Кафедра: **экономики, Кафедра экономики**
Курс: **2**
Семестр: **3**
Учебный план набора 2015 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	3 семестр	Всего	Единицы
1	Практические занятия	36	36	часов
2	Всего аудиторных занятий	36	36	часов
3	Из них в интерактивной форме	12	12	часов
4	Самостоятельная работа	72	72	часов
5	Всего (без экзамена)	108	108	часов
6	Общая трудоемкость	108	108	часов
		3.0	3.0	З.Е

Зачет: 3 семестр

Томск 2017

Согласована на портале № 9905

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 8 от «30» 8 2016 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа составлена с учетом требований Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 38.04.01 Экономика, утвержденного 2015-03-30 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «___» _____ 20__ года, протокол №_____.

Разработчики:

доцент каф. экономики _____ Селевич Т. С.

Заведующий обеспечивающей каф. экономики _____ Рыжкова М. В.

Рабочая программа согласована с факультетом, профилирующей и выпускающей кафедрами направления подготовки (специальности).

Декан ЭФ _____ Богомолова А. В.

Заведующий выпускающей каф. экономики _____ Рыжкова М. В.

Эксперты:

доцент кафедра экономики _____ Земцова Л. В.

Согласована на портале № 9905

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

получение студентами необходимых знаний, умений и навыков в области маркетинговой деятельности предприятия

1.2. Задачи дисциплины

– изучение теоретических основ управления маркетингом на предприятии
– приобретение практических умений в области маркетинга на предприятии
– приобретение опыта и навыков проведения маркетинговых исследований с использованием различных источников информации

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Практический маркетинг» (Б1.В.ДВ.2.1) относится к блоку 1 (вариативная часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются следующие дисциплины: Научно-исследовательская работа (рассред.), Организация предпринимательской деятельности, Оценка и коммерциализация инновационных проектов, Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, Современные проблемы предпринимательства.

Последующими дисциплинами являются: Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, Преддипломная практика.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– ОПК-3 способностью принимать организационно-управленческие решения;
– ПК-2 способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;
– ПК-9 способностью анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов;

В результате изучения дисциплины студент должен:

– **знать** подходы к оценке проведения изменений в коммерческой деятельности предприятия и во внешней среде; методы анализа состояния рынков; способы принятия организационно-управленческих решений в маркетинговой деятельности предприятия.
– **уметь** проводить оценку изменений в коммерческой деятельности предприятия и во внешней среде; выполнять анализ состояния рынков; проектировать и принимать организационно-управленческие решения в маркетинговой деятельности предприятия.
– **владеть** навыками оценки изменений в коммерческой деятельности предприятия и во внешней среде; опытом выполнения анализа состояния рынков; опытом принятия организационно-управленческих решений в маркетинговой деятельности предприятия.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		3 семестр
Аудиторные занятия (всего)	36	36
Практические занятия	36	36
Из них в интерактивной форме	12	12
Самостоятельная работа (всего)	72	72
Выполнение домашних заданий	56	56

Согласована на портале № 9905

Подготовка к практическим занятиям, семинарам	16	16
Всего (без экзамена)	108	108
Общая трудоемкость час	108	108
Зачетные Единицы Трудоемкости	3.0	3.0

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Разделы дисциплины и виды занятий приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы дисциплины и виды занятий

№	Названия разделов дисциплины	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
1	Инструменты практического маркетинга	2	2	4	ПК-2
2	Анализ маркетинговой среды	4	6	10	ОПК-3, ПК-2, ПК-9
3	Ценовой анализ конкурентов	2	6	8	ОПК-3, ПК-9
4	Анализ качества продукции	2	6	8	ПК-9
5	Анализ конкурентоспособности продукции	4	6	10	ОПК-3, ПК-9
6	SNW-анализ	2	6	8	ОПК-3, ПК-9
7	SWOT-анализ	2	8	10	ОПК-3, ПК-9
8	Сегментирование и анализ целевой аудитории	4	8	12	ОПК-3, ПК-9
9	Анализ ресурсов предприятия	2	6	8	ОПК-3, ПК-9
10	Управление ценностью предложения	2	2	4	ОПК-3, ПК-9
11	Управление сбытовой политикой	2	2	4	ОПК-3
12	Продвижение	4	2	6	ОПК-3, ПК-9
13	Разработка комплексной маркетинговой программы	4	12	16	ОПК-3, ПК-2, ПК-9
	Итого	36	72	108	

5.2. Содержание разделов дисциплины (по лекциям)

Не предусмотрено РУП

5.3. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами представ-лены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 - Разделы дисциплины и междисциплинарные связи

№	Наименование дисциплин	№ разделов данной дисциплины, для которых необходимо изучение обеспечивающих и обеспечиваемых дисциплин												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Предшествующие дисциплины														

Согласована на портале № 9905

1	Научно-исследовательская работа (рассред.)	+												
2	Организация предпринимательской деятельности									+		+	+	
3	Оценка и коммерциализация инновационных проектов			+	+				+		+			
4	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	+				+								+
5	Современные проблемы предпринимательства	+												
Последующие дисциплины														
1	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты		+			+		+	+	+				+
2	Преддипломная практика					+	+							

5.4. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий представлено в таблице 5.4

Таблица 5. 4 – Соответствие компетенций и видов занятий, формируемых при изучении дисциплины

Компетенции	Виды занятий		Формы контроля
	Практические занятия	Самостоятельная работа	
ОПК-3	+	+	Домашнее задание, Опрос на занятиях, Расчетная работа, Выступление (доклад) на занятии
ПК-2	+	+	Домашнее задание, Опрос на занятиях, Выступление (доклад) на занятии

Согласована на портале № 9905

ПК-9	+	+	Домашнее задание, Опрос на занятиях, Расчетная работа, Выступление (доклад) на занятии

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Технологии интерактивного обучения при разных формах занятий в часах приведены в таблице 6.1

Таблица 6.1 – Технологии интерактивного обучения при разных формах занятий в часах

Методы	Интерактивные практические занятия	Всего
3 семестр		
Приглашение специалистов	2	2
Мозговой штурм	2	2
Разработка проекта	6	6
Работа в команде	2	2
Итого за семестр:	12	12
Итого	12	12

7. Лабораторный практикум

Не предусмотрено РУП

8. Практические занятия

Содержание практических работ приведено в таблице 8.1.

Таблица 8. 1 – Содержание практических работ

Названия разделов	Содержание практических занятий	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
3 семестр			
1 Инструменты практического маркетинга	Инструменты маркетинга и их взаимосвязь. Виды маркетинга. Роль маркетинговой деятельности на предприятии. Значение маркетинговой функции в предпринимательской деятельности	2	ПК-2
	Итого	2	
2 Анализ маркетинговой среды	Понятие маркетинговой среды, ее компоненты. Факторы макросреды (экономические, политико-правовые, социальные, экологические, технологические). Факторы микросреды (поставщики, конкуренты, предприятие, посредники, потребители, контактные аудитории). PESTLE-анализ.	4	ОПК-3, ПК-2, ПК-9
	Итого	4	
3 Ценовой анализ конкурентов	Конкурентный анализ. Конкурентная	2	ОПК-3,

Согласована на портале № 9905

	разведка. Бенчмаркинг. Лабораторная работа "Ценовой анализ конкурентов"		ПК-9
	Итого	2	
4 Анализ качества продукции	Понятие товара, его классификация. Понятие качества продукции. Методы оценки качества. Лабораторная работа "Тестирование качества продукции"	2	ПК-9
	Итого	2	
5 Анализ конкурентоспособности продукции	Понятие конкурентоспособности товара. Факторы конкурентоспособности. Методы оценки конкурентоспособности товара. Лабораторная работа "Оценка конкурентоспособности товара"	4	ОПК-3, ПК-9
	Итого	4	
6 SNW-анализ	Выявление и анализ сильных, нейтральных и слабых сторон компании. Лабораторная работа "SNW-анализ"	2	ОПК-3, ПК-9
	Итого	2	
7 SWOT-анализ	Источники информации для SWOT-анализа. Сильные и слабые стороны предприятия. Возможности и угрозы внешней среды. Альтернативные управленческие решения.	2	ОПК-3, ПК-9
	Итого	2	
8 Сегментирование и анализ целевой аудитории	Понятие и методы сегментирования. Сегменты и типажи. Характеристика типажей. Анализ мотивации типажей. Опрос представителей типажа. Позиционирование.	4	ОПК-3, ПК-9
	Итого	4	
9 Анализ ресурсов предприятия	Понятие и классификация ресурсов предприятия. Выявление ключевых ресурсов. Инструмент "Анализ ресурсов".	2	ОПК-3, ПК-9
	Итого	2	
10 Управление ценностью предложения	Уникальное торговое предложение. Уникальное ценностное предложение. Инструмент "Кодовый замок".	2	ОПК-3, ПК-9
	Итого	2	
11 Управление сбытовой политикой	Организация и управление отделом продаж. Функция найма торгового персонала. Автоматизация процесса продаж, CRM-системы.	2	ОПК-3
	Итого	2	
12 Продвижение	Система маркетинговых	4	ОПК-3,

Согласована на портале № 9905

	коммуникаций. ATL и BTL-средства продвижения. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Эмоции в продвижении.		ПК-9
	Итого	4	
13 Разработка комплексной маркетинговой программы	Маркетинговая программа. План маркетинговых мероприятий.	4	ОПК-3, ПК-2, ПК-9
	Итого	4	
Итого за семестр		36	

9. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 9.1.

Таблица 9.1 - Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
3 семестр				
1 Инструменты практического маркетинга	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ПК-2	Опрос на занятиях
	Итого	2		
2 Анализ маркетинговой среды	Выполнение домашних заданий	6	ОПК-3, ПК-2, ПК-9	Выступление (доклад) на занятии, Домашнее задание
	Итого	6		
3 Ценовой анализ конкурентов	Выполнение домашних заданий	6	ОПК-3, ПК-9	Домашнее задание, Расчетная работа
	Итого	6		
4 Анализ качества продукции	Выполнение домашних заданий	6	ПК-9	Домашнее задание, Расчетная работа
	Итого	6		
5 Анализ конкурентоспособности продукции	Выполнение домашних заданий	6	ОПК-3, ПК-9	Домашнее задание, Расчетная работа
	Итого	6		
6 SNW-анализ	Выполнение домашних заданий	6	ОПК-3, ПК-9	Домашнее задание, Опрос на занятиях, Расчетная работа
	Итого	6		
7 SWOT-анализ	Выполнение домашних заданий	8	ОПК-3, ПК-9	Выступление (доклад) на занятии, Домашнее задание
	Итого	8		
8 Сегментирование и анализ целевой аудитории	Выполнение домашних заданий	8	ОПК-3, ПК-9	Выступление (доклад) на занятии, Домашнее задание
	Итого	8		

Согласована на портале № 9905

9 Анализ ресурсов предприятия	Выполнение домашних заданий	6	ОПК-3, ПК-9	Выступление (доклад) на занятии, Домашнее задание
	Итого	6		
10 Управление ценностью предложения	Выполнение домашних заданий	2	ОПК-3, ПК-9	Выступление (доклад) на занятии, Домашнее задание
	Итого	2		
11 Управление сбытовой политикой	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	2	ОПК-3	Опрос на занятиях
	Итого	2		
12 Продвижение	Выполнение домашних заданий	2	ОПК-3, ПК-9	Домашнее задание
	Итого	2		
13 Разработка комплексной маркетинговой программы	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	12	ОПК-3, ПК-2, ПК-9	Выступление (доклад) на занятии
	Итого	12		
Итого за семестр		72		
Итого		72		

9.1. Тематика практики

1. Подготовка отчета по разработке комплексной маркетинговой программы
2. Подходы к принятию управленческих решений в области сбытовой деятельности предприятия

9.2. Темы домашних заданий

3. Выполнение инструмента "Кодовый замок"
4. PESTLE-анализ определенного рынка
5. Выявление стратегических альтернатив в матрицах SWOT-анализа
6. Выявление ключевых ресурсов предприятия на основе анализа вторичной информации
7. Интернет-опрос идентифицированных типажей
8. Аналитическая записка по результатам выполнения лабораторной работы "Анализ конкурентоспособности продукции"
9. Аналитическая записка по результатам лабораторной работы "Анализ качества продукции"
10. Аналитическая записка по результатам выполнения лабораторной работы "SNW-анализ"
11. Аналитическая записка по результатам лабораторной работы "Ценовой анализ конкурентов"
12. Разработка рекомендаций по продвижению товара

10. Курсовая работа

Не предусмотрено РУП

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости студентов

11.1. Балльные оценки для элементов контроля

Таблица 11.1 – Балльные оценки для элементов контроля

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр

Согласована на портале № 9905

3 семестр				
Выступление (доклад) на занятии	4	4	4	12
Домашнее задание	20	20	10	50
Опрос на занятиях	2	2	2	6
Расчетная работа	8	16	8	32
Итого максимум за период	34	42	24	100
Нарастающим итогом	34	76	100	100

11.2. Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Пересчет баллов в оценки за контрольные точки представлен в таблице 11.2.

Таблица 11. 2 – Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Баллы на дату контрольной точки	Оценка
≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату КТ	5
От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату КТ	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату КТ	3
< 60% от максимальной суммы баллов на дату КТ	2

11.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 11.3.

Таблица 11. 3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка (ГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90 - 100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85 - 89	B (очень хорошо)
	75 - 84	C (хорошо)
	70 - 74	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	65 - 69	
	60 - 64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно) (не зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. Маркетинг: Учебное пособие / Афонасова М. А. - 2015. 106 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/5564, дата обращения: 21.01.2017.

2. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Красина Ф. А. - 2015. 126 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/4953, дата обращения: 21.01.2017.

12.2. Дополнительная литература

1. Основы маркетинга [Текст] : научное издание / Ф. Котлер [и др.] ; пер.: А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европейское издание. - М. : Вильямс, 2013. - 752 с. : ил. - Пер. с англ. - Предм. указ.: с. 741-751. - ISBN 978-5-8459-1571-9 (наличие в библиотеке ТУСУР - 15 экз.)

2. Маркетинговые исследования [Текст] : учебник для вузов / Б. Е. Токарев. - 2-е изд.,

Согласована на портале № 9905

перераб. и доп. - М. : Магистр, 2011 ; М. : ИНФРА-М, 2011. - 512 с. : ил. - Библиогр.: с. 484-485. - ISBN 978-5-9776-0175-7. - ISBN 978-5-16-004564-1. (наличие в библиотеке ТУСУР - 20 экз.)

12.3 Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Маркетинг: Методические рекомендации по практическим занятиям и самостоятельной работе / Афонасова М. А. - 2015. 39 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/5656, дата обращения: 21.01.2017.

2. Практический маркетинг: Методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе для студентов направлений 230100.62 Информатика и вычислительная техника, 230200.62 Информационные системы / Буймов А. Г. - 2012. 35 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/3338, дата обращения: 21.01.2017.

12.3.2 Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа 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.

12.4. Базы данных, информационно-справочные, поисковые системы и требуемое программное обеспечение

1. www.4p.ru - электронный журнал по маркетингу
2. http://grebennikon.ru/ - Электронная библиотека Grebennikon
3. http://www.marketingpro.ru/ - Маркетинг PRO - ведущий российский журнал о маркетинге

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

13.1. Общие требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

13.1.1. Материально-техническое обеспечение для практических занятий

Для проведения практических (семинарских) занятий используется учебная аудитория, расположенная по адресу 634034, Томская область, г. Томск, улица Красноармейская, 146, 6 этаж, ауд. 611. Состав оборудования: Учебная мебель; Доска магнитно-маркерная - 1шт.; Коммутатор D-Link Switch 24 port - 1шт.; Компьютеры класса не ниже ПЭВМ INTEL Celeron D336 2.8ГГц. -14 шт. Используется лицензионное программное обеспечение, пакеты версией не ниже: Microsoft Windows XP Professional with SP3/Microsoft Windows 7 Professional with SP1; Microsoft Windows Server 2008 R2; Visual Studio 2008 EE with SP1; Microsoft Office Visio 2010; Microsoft Office Access 2003; VirtualBox 6.2. Имеется помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

13.1.2. Материально-техническое обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используется учебная аудитория (компьютерный класс), расположенная по адресу 634034, г. Томск, ул. Красноармейская, 146, 2 этаж, ауд. 204. Состав оборудования: учебная мебель; компьютеры класса не ниже ПЭВМ INTEL Ce1егоп D336 2.8ГГц. - 7 шт.; компьютеры подключены к сети ИНТЕРНЕТ и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Согласована на портале № 9905

13.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При обучении студентов **с нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями слуха, мобильной системы обучения для студентов с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При обучении студентов **с нарушениями зрениями** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

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

14. Фонд оценочных средств

14.1. Основные требования к фонду оценочных средств и методические рекомендации

Фонд оценочных средств и типовые контрольные задания, используемые для оценки сформированности и освоения закрепленных за дисциплиной компетенций при проведении текущей, промежуточной аттестации по дисциплине приведен в приложении к рабочей программе.

14.2 Требования к фонду оценочных средств для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для студентов с инвалидностью предусмотрены дополнительные оценочные средства, перечень которых указан в таблице.

Таблица 14 – Дополнительные средства оценивания для студентов с инвалидностью

Категории студентов	Виды дополнительных оценочных средств	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, исходя из состояния обучающегося на момент проверки

14.3 Методические рекомендации по оценочным средствам для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для студентов с ОВЗ 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;

Согласована на портале № 9905

– предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов 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 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 обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 9905

Приложение 1

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Практический маркетинг

Уровень образования: **высшее образование - магистратура**
Направление подготовки (специальность): **38.04.01 Экономика**
Направленность (профиль): **Экономика предпринимательства**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ЭФ, Экономический факультет**
Кафедра: **экономики, Кафедра экономики**
Курс: **2**
Семестр: **3**

Учебный план набора 2015 года

Разработчики:

- доцент каф. экономики Селевич Т. С.

Зачет: 3 семестр

Томск 2017

Согласована на портале № 9905

1. Введение

Фонд оценочных средств (ФОС) является приложением к рабочей программе дисциплины (практики) и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.) и методов их использования, предназначенных для измерения уровня достижения студентом установленных результатов обучения.

ФОС по дисциплине (практике) используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов.

Перечень закрепленных за дисциплиной (практикой) компетенций приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень закрепленных за дисциплиной компетенций

Код	Формулировка компетенции	Этапы формирования компетенций
ОПК-3	способностью принимать организационно-управленческие решения	Должен знать подходы к оценке проведения изменений в коммерческой деятельности предприятия и во внешней среде; методы анализа состояния рынков; способы принятия организационно-управленческих решений в маркетинговой деятельности предприятия.; Должен уметь проводить оценку изменений в коммерческой деятельности предприятия и во внешней среде; выполнять анализ состояния рынков; проектировать и принимать организационно-управленческие решения в маркетинговой деятельности предприятия.; Должен владеть навыками оценки изменений в коммерческой деятельности предприятия и во внешней среде; опытом выполнения анализа состояния рынков; опытом принятия организационно-управленческих решений в маркетинговой деятельности предприятия.;
ПК-2	способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	
ПК-9	способностью анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов	

Общие характеристики показателей и критериев оценивания компетенций на всех этапах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Общие характеристики показателей и критериев оценивания компетенций по этапам

Показатели и критерии	Знать	Уметь	Владеть
Отлично (высокий уровень)	Обладает фактическими и теоретическими знаниями в пределах изучаемой области с пониманием границ применимости	Обладает диапазоном практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем	Контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы
Хорошо (базовый уровень)	Знает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах изучаемой области	Обладает диапазоном практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования	Берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем

Согласована на портале № 9905

Удовлетворительно (пороговый уровень)	Обладает базовыми общими знаниями	Обладает основными умениями, требуемыми для выполнения простых задач	Работает при прямом наблюдении

2 Реализация компетенций

2.1 Компетенция ОПК-3

ОПК-3: способностью принимать организационно-управленческие решения.

Для формирования компетенции необходимо осуществить ряд этапов. Этапы формирования компетенции, применяемые для этого виды занятий и используемые средства оценивания представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Этапы формирования компетенции и используемые средства оценивания

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Содержание этапов	способы принятия организационно-управленческих решений в маркетинговой деятельности предприятия;	проектировать и принимать организационно-управленческие решения в маркетинговой деятельности предприятия;	опытом принятия организационно-управленческих решений в маркетинговой деятельности предприятия;
Виды занятий	• Интерактивные практические занятия; • Практические занятия; • Самостоятельная работа;	• Интерактивные практические занятия; • Практические занятия; • Самостоятельная работа;	• Интерактивные практические занятия; • Самостоятельная работа;
Используемые средства оценивания	• Домашнее задание; • Опрос на занятиях; • Расчетная работа; • Выступление (доклад) на занятии; • Зачет;	• Домашнее задание; • Опрос на занятиях; • Расчетная работа; • Выступление (доклад) на занятии; • Зачет;	• Домашнее задание; • Расчетная работа; • Выступление (доклад) на занятии; • Зачет;

Формулировка показателей и критериев оценивания данной компетенции приведена в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели и критерии оценивания компетенции на этапах

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Отлично (высокий уровень)	• Обладает фактическими и теоретическими знаниями в пределах изучаемой области с пониманием границ применимости ;	• Обладает диапазоном практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем;	• Контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы;
Хорошо (базовый уровень)	• Знает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах изучаемой области;	• Обладает диапазоном практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования;	• Берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в

Согласована на портале № 9905

			решении проблем;
Удовлетворительно (пороговый уровень)	• Обладает базовыми общими знаниями;	• Обладает основными умениями, требуемыми для выполнения простых задач;	• Работает при прямом наблюдении;

2.2 Компетенция ПК-2

ПК-2: способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.

Для формирования компетенции необходимо осуществить ряд этапов. Этапы формирования компетенции, применяемые для этого виды занятий и используемые средства оценивания представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Этапы формирования компетенции и используемые средства оценивания

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Содержание этапов	подходы к оценке проведения изменений в коммерческой деятельности предприятия и во внешней среде;	проводить оценку изменений в коммерческой деятельности предприятия и во внешней среде;	навыками оценки изменений в коммерческой деятельности предприятия и во внешней среде;
Виды занятий	• Интерактивные практические занятия; • Практические занятия; • Самостоятельная работа;	• Интерактивные практические занятия; • Практические занятия; • Самостоятельная работа;	• Интерактивные практические занятия; • Самостоятельная работа;
Используемые средства оценивания	• Домашнее задание; • Опрос на занятиях; • Выступление (доклад) на занятии; • Зачет;	• Домашнее задание; • Опрос на занятиях; • Выступление (доклад) на занятии; • Зачет;	• Домашнее задание; • Выступление (доклад) на занятии; • Зачет;

Формулировка показателей и критериев оценивания данной компетенции приведена в таблице 6.

Таблица 6 – Показатели и критерии оценивания компетенции на этапах

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Отлично (высокий уровень)	• Обладает фактическими и теоретическими знаниями в пределах изучаемой области с пониманием границ применимости;	• бладает диапазоном практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем;	• Контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы;
Хорошо (базовый уровень)	• Знает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах изучаемой области;	• Обладает диапазоном практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования;	• Берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем;

Согласована на портале № 9905

Удовлетворительно (пороговый уровень)	• Обладает базовыми общими знаниями;	• Обладает основными умениями, требуемыми для выполнения простых задач;	• Работает при прямом наблюдении;

2.3 Компетенция ПК-9

ПК-9: способностью анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов.

Для формирования компетенции необходимо осуществить ряд этапов. Этапы формирования компетенции, применяемые для этого виды занятий и используемые средства оценивания представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Этапы формирования компетенции и используемые средства оценивания

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Содержание этапов	методы анализа состояния рынков;	выполнять анализ состояния рынков;	опытом выполнения анализа состояния рынков;
Виды занятий	• Интерактивные практические занятия; • Практические занятия; • Самостоятельная работа;	• Интерактивные практические занятия; • Практические занятия; • Самостоятельная работа;	• Интерактивные практические занятия; • Самостоятельная работа;
Используемые средства оценивания	• Домашнее задание; • Опрос на занятиях; • Расчетная работа; • Выступление (доклад) на занятии; • Зачет;	• Домашнее задание; • Опрос на занятиях; • Расчетная работа; • Выступление (доклад) на занятии; • Зачет;	• Домашнее задание; • Расчетная работа; • Выступление (доклад) на занятии; • Зачет;

Формулировка показателей и критериев оценивания данной компетенции приведена в таблице 8.

Таблица 8 – Показатели и критерии оценивания компетенции на этапах

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Отлично (высокий уровень)	• Обладает фактическими и теоретическими знаниями в пределах изучаемой области с пониманием границ применимости;	• Обладает диапазоном практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем;	• Контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы;
Хорошо (базовый уровень)	• Знает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах изучаемой области;	• Обладает диапазоном практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования;	• Берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем;
Удовлетворительно (пороговый уровень)	• Обладает базовыми общими знаниями;	• Обладает основными умениями, требуемыми для выполнения	• Работает при прямом наблюдении;

Согласована на портале № 9905

		простых задач;	

3 Типовые контрольные задания

Для реализации вышеперечисленных задач обучения используются типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, в следующем составе.

3.1 Темы домашних заданий

- PESTLE-анализ определенного рынка;
- Аналитическая записка по результатам лабораторной работы "Ценовой анализ конкурентов";
- Аналитическая записка по результатам лабораторной работы "Анализ качества продукции";
- Аналитическая записка по результатам выполнения лабораторной работы "Анализ конкурентоспособности продукции";
- Аналитическая записка по результатам выполнения лабораторной работы "SNW-анализ";
- Выявление стратегических альтернатив в матрицах SWOT-анализа;
- Интернет-опрос идентифицированных типажей;
- Выявление ключевых ресурсов предприятия на основе анализа вторичной информации;
- Выполнение инструмента "Кодовый замок";
- Разработка рекомендаций по продвижению товара.

3.2 Темы опросов на занятиях

- Инструменты маркетинга и их взаимосвязь; виды маркетинга; роль маркетинговой деятельности на предприятии; значение маркетинговой функции в предпринимательской деятельности.
- Выявление и анализ сильных, нейтральных и слабых сторон компании.
- Организация и управление отделом продаж. Функция найма торгового персонала. Автоматизация процесса продаж, CRM-системы.

3.3 Темы докладов

- Тенденции развития рынка и результаты PESTLE-анализа
- Результаты SWOT-анализа. Альтернативные управленческие решения.
- Результаты опроса представителей типажа. Расчет выборки. Ход опроса.
- Результат выполненного инструмента "Анализ ресурсов" на основе вторничной информации.
- Результаты выполненного инструмента "Кодовый замок". Уникальное торговое предложение. Уникальное ценностное предложение.
- Результаты разработанной маркетинговой программы. План маркетинговых мероприятий.

3.4 Темы расчетных работ

- Лабораторная работа "Ценовой анализ конкурентов".
- Лабораторная работа "Тестирование качества продукции";
- Лабораторная работа "Оценка конкурентоспособности товара";
- Лабораторная работа "SNW-анализ";

3.5 Зачёт

- Защита отчетов по теме "Маркетинговое исследование рынка" следующего содержания: 1. Анализ тенденций развития рынка в РФ; 2. PESTLE-анализ рынка; 3. Конкурентный анализ рынка; 4. Анализ цен конкурентов; 5. Анализ качества товара; 6. Анализ конкурентоспособности товара; 7. SWOT-анализ для товара; 8. Анализ потребителей товара; 9. Анализ ресурсов предприятия; 10. Матрица «9 nodes»; 11. Варианты продвижения; 12. Формула сообщения для уникального типажа; 13. Погрешности исследования.

Согласована на портале № 9905

4 Методические материалы

Для обеспечения процесса обучения и решения задач обучения используются следующие материалы:

– методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы фор-мирования компетенций, согласно п. 12 рабочей программы.

4.1. Основная литература

1. Маркетинг: Учебное пособие / Афонасова М. А. - 2015. 106 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/5564, свободный.
2. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Красина Ф. А. - 2015. 126 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/4953, свободный.

4.2. Дополнительная литература

1. Основы маркетинга [Текст] : научное издание / Ф. Котлер [и др.] ; пер.: А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европейское издание. - М. : Вильямс, 2013. - 752 с. : ил. - Пер. с англ. - Предм. указ.: с. 741-751. - ISBN 978-5-8459-1571-9 (наличие в библиотеке ТУСУР - 15 экз.)
2. Маркетинговые исследования [Текст] : учебник для вузов / Б. Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Магистр, 2011 ; М. : ИНФРА-М, 2011. - 512 с. : ил. - Библиогр.: с. 484-485. - ISBN 978-5-9776-0175-7. - ISBN 978-5-16-004564-1. (наличие в библиотеке ТУСУР - 20 экз.)

4.3. Обязательные учебно-методические пособия

1. Маркетинг: Методические рекомендации по практическим занятиям и самостоятельной работе / Афонасова М. А. - 2015. 39 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/5656, свободный.
2. Практический маркетинг: Методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе для студентов направлений 230100.62 Информатика и вычислительная техника, 230200.62 Информационные системы / Буймов А. Г. - 2012. 35 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/3338, свободный.

4.4. Базы данных, информационно справочные и поисковые системы

1. www.4p.ru - электронный журнал по маркетингу
2. http://grebennikon.ru/ - Электронная библиотека Grebennikon
3. http://www.marketingpro.ru/ - Маркетинг PRO - ведущий российский журнал о маркетинге

Согласована на портале № 9905