

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Российский государственный
гуманитарный университет» в г. Домодедово Московской области
(Филиал РГГУ в г. Домодедово)

Отделение среднего профессионального образования

Рабочая программа
по дисциплине: ОПЦ.14 Маркетинг

2 курс

Специальность: (код и наименование специальности):

38.02.03 «Операционная деятельность в логистике»

Квалификация специалистов среднего звена:

Операционный логист

Домодедово 2023год

УТВЕРЖДЕНА
на заседании предметной
(цикловой) комиссии
«Дисциплин профессионального
цикла» по укрупненной группе
специальностей 38.00.00
«Экономика и управление»
Протокол № 2 от “10” апреля
2023г.

Разработана на основе требований
федерального государственного
образовательного стандарта среднего
общего образования и Федерального
государственного образовательного
стандарта среднего
профессионального образования
(ФГОС СПО) по специальности
38.02.03 «Операционная деятельность
в логистике»

Составитель: Гуркова Ю.Е., преподаватель отделения СПО

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1 ПАСПОРТ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1.1. Область применения рабочей программы.

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.03 «Операционная деятельность в логистике»**.

Данная рабочая программа учитывает возможности реализации учебного материала и создания специальных условий для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ).

Обучение инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся. В филиале создаются специальные условия для получения среднего профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (Часть 10 статьи 79 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

Образовательный процесс для инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется в едином потоке со сверстниками, не имеющими таких ограничений.

Рабочая программа может быть реализована с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в предусмотренных законодательством формах обучения или при их сочетании, при проведении учебных занятий, практик, текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся.

Реализация учебной дисциплины предусматривает проведение лабораторных и практических работ в форме практической подготовке обучающихся.

Практическая подготовка при реализации *учебной дисциплины* организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, а также демонстрацию практических навыков, выполнение, моделирование обучающимися определенных видов работ для решения практических задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью в условиях, приближенных к реальным производственным.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: учебная дисциплина входит в профессиональный учебный цикл, общепрофессиональных дисциплин.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- проводить маркетинговые исследования;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;

- применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;
- организовывать рекламные компании;
- оценивать конкурентоспособность продукта.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

знать:

- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- механизмы ценообразования.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть **общими и профессиональными компетенциями**, включающими в себя способность:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;

ПК 2.2. Рассчитывать и анализировать логистические издержки в производстве и распределении;

Требования к формированию личностных результатов

<p style="text-align: center;">Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)</p>	<p style="text-align: center;">Код личностных результатов реализации программы воспитания</p>
<p>Осознающий себя гражданином России и защитником Отечества, выражающий свою российскую идентичность в поликультурном и многоконфессиональном российском обществе, и современном мировом сообществе. Сознательное единство с народом России, с Российским государством, демонстрирующий ответственность за развитие страны. Проявляющий готовность к защите Родины, способный аргументированно отстаивать суверенитет и достоинство народа России, сохранять и защищать историческую правду о Российском государстве</p>	<p style="text-align: center;">ЛР 1</p>
<p>Проявляющий активную гражданскую позицию на основе уважения закона и правопорядка, прав и свобод сограждан, уважения к историческому и культурному наследию России. Осознанно и деятельно выражающий неприятие дискриминации в обществе по социальным, национальным, религиозным признакам; экстремизма, терроризма, коррупции, антигосударственной деятельности. Обладающий опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольчестве, экологических, природоохранных, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах). Принимающий роль избирателя и участника общественных отношений, связанных с взаимодействием с народными избранниками</p>	<p style="text-align: center;">ЛР 2</p>
<p>Демонстрирующий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России, принципам честности, порядочности, открытости. Действующий и оценивающий свое поведение и поступки, поведение и поступки других людей с позиций традиционных российских духовно-нравственных, социокультурных ценностей и норм с учетом осознания последствий поступков. Готовый к деловому взаимодействию и неформальному общению с представителями разных народов, национальностей, вероисповеданий, отличающий их от участников групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие социально опасного поведения окружающих и предупреждающий его. Проявляющий уважение к людям старшего поколения, готовность к участию в социальной поддержке нуждающихся в ней</p>	<p style="text-align: center;">ЛР 3</p>
<p>Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного</p>	<p style="text-align: center;">ЛР 4</p>

«цифрового следа»	
<p>Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, народу, малой родине, знания его истории и культуры, принятие традиционных ценностей многонационального народа России. Выражающий свою этнокультурную идентичность, сознающий себя патриотом народа России, деятельно выражающий чувство причастности к многонациональному народу России, к Российскому Отечеству. Проявляющий ценностное отношение к историческому и культурному наследию народов России, к национальным символам, праздникам, памятникам, традициям народов, проживающих в России, к соотечественникам за рубежом, поддерживающий их</p> <p>заинтересованность в сохранении общероссийской культурной идентичности, уважающий их права</p>	ЛР 5
<p>Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации</p>	ЛР 6
<p>Осознающий и деятельно выражающий приоритетную ценность каждой человеческой жизни, уважающий достоинство личности каждого человека, собственную и чужую уникальность, свободу мировоззренческого выбора, самоопределения.</p> <p>Проявляющий бережливое и чуткое отношение к религиозной принадлежности каждого человека, предупредительный в отношении выражения прав и законных интересов других людей</p>	ЛР 7
<p>Проявляющий и демонстрирующий уважение законных интересов и прав представителей различных этнокультурных, социальных, конфессиональных групп в российском обществе; национального достоинства, религиозных убеждений с учётом соблюдения необходимости обеспечения конституционных прав и свобод граждан. Понимающий и деятельно выражающий ценность межрелигиозного и межнационального согласия людей, граждан, народов в России. Выражающий сопричастность к преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства, включенный в общественные инициативы, направленные на их сохранение</p>	ЛР 8
<p>Сознающий ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное</p>	ЛР 9
<p>неприятие вредных привычек и опасных наклонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде</p>	
<p>Бережливо относящийся к природному наследию страны и мира, проявляющий сформированность экологической культуры на основе понимания влияния социальных, экономических и профессионально-производственных процессов на окружающую среду. Выражающий деятельное неприятие действий, приносящих вред природе, распознающий опасности среды обитания, предупреждающий рискованное поведение других граждан, популяризирующий способы сохранения</p> <p>памятников природы страны, региона, территории, поселения, включенный в общественные инициативы, направленные на заботу о них</p>	ЛР 10

<p>Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. Критически оценивающий и деятельно проявляющий понимание эмоционального воздействия искусства, его влияния на душевное состояние и поведение людей. Бережливо относящийся к культуре как средству коммуникации и самовыражения в обществе, выражающий сопричастность к нравственным нормам, традициям в искусстве. Ориентированный на собственное самовыражение в разных видах искусства, художественном творчестве с учётом российских традиционных духовно-нравственных ценностей, эстетическом обустройстве собственного быта. Разделяющий ценности отечественного и мирового художественного наследия, роли народных традиций и народного творчества в искусстве. Выражающий ценностное отношение к технической и промышленной эстетике</p>	<p>ЛР 11</p>
<p>Принимающий российские традиционные семейные ценности. Ориентированный на создание устойчивой многодетной семьи, понимание брака как союза мужчины и женщины для создания семьи, рождения и воспитания детей, неприятия насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания</p>	<p>ЛР 12</p>
<p>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности</p>	
<p>Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности</p>	<p>ЛР 13</p>
<p>Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость</p>	<p>ЛР 14</p>
<p>Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий</p>	<p>ЛР 15</p>
<p>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями (при наличии)</p>	
<p>Демонстрирующий профессиональные умения и навыки, проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности; возможности реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем; Способный продуктивно и добросовестно трудиться, и реализовать свой личностный потенциал в профессиональной деятельности. Самостоятельный и ответственный в принятии решений во всех сферах своей деятельности.</p>	<p>ЛР 16</p>
<p>Мотивированный к самообразованию и развитию. Признающий ценность образования, ориентирующийся в изменяющемся рынке труда, избегающий</p>	<p>ЛР 17</p>
<p>безработицы; управляющий собственным профессиональным развитием; рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной успешности. Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику, сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях. Гибко реагирующий на появление новых</p>	

форм трудовой деятельности, готовый к их освоению.	
Проявляющий культуру потребления информации, умение и навыки пользования компьютерной техникой и специализированными программами; навыки отбора и критического анализа информации, умение ориентироваться в информационном пространстве (в том числе в сетевом)	ЛР 18
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса (при наличии)	
Проявляющий сознательное отношение к труду; добросовестность и ответственность за результат учебной деятельности; демонстрирующий интерес к будущей профессии; демонстрирующий навыки здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся	ЛР 19
Проявляющий мировоззренческие установки на отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся	ЛР 20
Демонстрирующий интерес к участию и проведению мероприятий культурно-спортивной направленности (концерты, конкурсы, соревнования, фестивали, экскурсии, выставки и т.д.)	ЛР 21

Учебная дисциплина должна способствовать развитию личностных результатов ЛР 1-21 в соответствии с Программой воспитания обучающихся.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.2 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
	Всего
Максимальная учебная нагрузка (всего)	76
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	76
в том числе:	
-практические занятия	38
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	-
в том числе:	
-подготовка к дифференцированному зачету	-
Итоговая аттестация в форме зачета в 4 семестре	

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов		Коды компетенций, формирование которых способствует элемент программы
		Всего	в том числе практическая подготовка	
Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.	Основные понятия маркетинга, его цели и задачи. Концепции маркетинга и эволюция их развития. Основные виды маркетинга. Внешняя и внутренняя среда маркетинга. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности.	4		ОК 01-07, ОК 09, ПК 2.2
Тема 2. Товар и товарная политика в маркетинге.	Товар в системе маркетинга и его классификация. Товарная политика. Жизненный цикл товара. Марка и упаковка товаров. Классификация групп товаров	2		
Тема 3. Конкуренция и конкурентоспособность.	Понятие и виды конкуренции. Конкурентоспособность товара и фирмы.	4		ОК 01-07, ОК 09, ПК 2.2
	Практическая работа № 2 Оценка конкурентоспособности предприятия.	2	2	
Тема 4. Поведение потребителей.	Потребители: понятие, классификация по различным признакам. Факторы, оказывающие влияние на решение потребителей о покупке: культурные, социальные, личностные, поведенческие. Процесс принятия решения о покупке.	4		ОК 01-07, ОК 09, ПК 2.2
	Практическая работа №3 Описание потребностей человека	2		
Тема 5. Маркетингов	Цель, объекты, классификация маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования и их	2		ОК 01-07, ОК

ые исследования	информационное обеспечение.			09, ПК 2.2
	Практическая работа №4 Составление анкет, проведение опроса и анализ полученных данных.	4	2	
Тема 6.	Понятие и критерии сегментирования. Сегментирование рынка по	2		
Сегментирован ие рынка.	группам потребителей, по группам товаров (услуг), по конкурентам.			ОК 01-07, ОК
	Практическая работа №5 Сегментирование рынка товаров по группам потребителей.	2		09, ПК 2.2
Тема 7. Маркетингов ые коммуникаци и.	Назначение и содержание маркетинговых коммуникаций. Формы маркетинговых коммуникаций. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Связь с общественностью. Фирменный стиль, торговая марка организации.	4		ОК 01-07, ОК
	Практическая работа №6 Создание фирменного стиля.	2		09, ПК 2.2
Тема 8. Рекла ма.	Реклама как инструмент продвижения товара на рынок. Виды рекламы. Понятие, назначение рекламы, цели, задачи и функции рекламы. Требования к рекламе. Эффективность рекламы.	2		ОК 01-07, ОК
	Практическая работа №7 Анализ рекламы	2		09, ПК 2.2
Тема 9. Ценовая политика в маркетинге.	Цена как экономическая категория рыночного хозяйства. Система цен и их классификация. Формирование маркетинговой цены продажи. Факторы, влияющие на формирование цен. Равновесная цена. Ценовые стратегии в маркетинге.	7		ОК 01-07, ОК
	Практическая работа №8 Расчёт цены товара.	2	2	09, ПК 2.2
Тема 10. Сбытовая политика в маркетинге.	Сущность сбытовой политики в маркетинге. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товара, сбытовая политика. Цели и задачи и направления сбытовой политики. Средства сбыта: каналы распределения, их виды, функции. Формирование каналов товародвижения. Система товародвижения в маркетинге. Торговые посредники.	4		ОК 01-07, ОК
				09, ПК 2.2

	Практическая работа №9 Средства стимулирования сбыта	4		
		Всего	76	

1. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для освоения рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинг» имеется учебный кабинет Основ экономики.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя. Технические средства обучения:
- мультимедиа-проектор;
- персональный компьютер;
- калькулятор.

3.2. Информационное обеспечение обучения:

Основные источники:

1. Федеральный закон "Об электронной подписи" от 06.04.2011 N 63-ФЗ.

Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ

2. ГОСТ Р 7.0.8-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 17.10.2013 N 1185-ст)

3. ГОСТ Р 6.30-2003. Унифицированная система документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов. Утвержден постановлением Госстандарта РФ от 03.03.2003 №65-ст. – М.: Изд-во стандартов, 2003.

Основная литература

1. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/88760.html>

2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 300 с. — ISBN 978-5-394-03162-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83143.html>

3. Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией Л. П. Дашкова. — 3-е изд. — Москва :

Дашков и К, 2019. — 252 с. — ISBN 978-5-394-03246-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85607.html>

Дополнительная литература:

1. Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93031.html>

2. Тропынина, Н. Е. Маркетинг инноваций : учебное пособие / Н. Е. Тропынина, О. М. Куликова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 142 с. — ISBN 978-5-7937-1821-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102923.html>

3. Бекмурзаев, И. Д. Маркетинг : учебное пособие / И. Д. Бекмурзаев, Я. Э. Дадаев. — Грозный : Чеченский государственный университет, 2019. — 144 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107263.html>

3.3. Особенности реализации дисциплины для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Особые условия при реализации дисциплины предоставляются обучающему из числа лиц с ограниченными возможностями и инвалидов по их письменному заявлению.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть предусмотрен индивидуальный график освоения дисциплины и установление индивидуального графика прохождения текущей аттестации. В целях формирования индивидуального графика для обучающегося инвалида или обучающегося с ограниченными возможностями здоровья может осуществляться входной контроль, назначение которого состоит в определении его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала по дисциплине. В таком случае форма входного контроля для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность. Для осуществления оценочных процедур (текущий контроль успеваемости, текущая аттестация, промежуточная аттестация) могут быть созданы отдельные фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить

достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. При этом форма контроля (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.) для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей.

При необходимости обучающему из числа лиц с ограниченными возможностями и инвалидов предоставляется дополнительное время для подготовки ответа

При индивидуальном темпе освоения учебного материала для оказания помощи в освоении учебного материала возможно проведение дополнительных индивидуальных консультаций и занятий с обучающимися инвалидами и обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг»

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных расчетов показателей.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
уметь:	
проводить маркетинговые исследования;	– оценка выполнения практической работы №1,4,5,8
выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	– оценка выполнения практической работы №3
применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;	– оценка выполнения практических работ №9
организовывать рекламные компании;	– оценка выполнения практических работ №6,7
оценивать конкурентоспособность продукта.	– оценка выполнения практических работ №2
знать:	
составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;	– устный опрос по теме 1 – письменный опрос по теме 1
механизмы ценообразования;	– устный опрос по теме 9
виды конкуренции, конкурентоспособность организации;	– устный опрос по теме 3 – тестирование по теме 3

этапы маркетинговых исследований, их результат.	<ul style="list-style-type: none"> – устный опрос по теме 5 – письменный опрос по теме 5
---	--

Вопросы к промежуточной аттестации по курсу «маркетинг»

1. Сущность и принципы маркетинга.
 2. Основные цели и функции маркетинга.
 3. Управление маркетингом. Маркетинговые службы организации.
 4. История возникновения и развития маркетинга.
 5. Маркетинговая среда: основные факторы внешней среды организации.
 6. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации.
 7. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.
 8. Модель поведения покупателя на рынке.
 9. Рынок организаций-потребителей и поведение покупателей от имени организаций.
 10. Сегментирование рынка. Выбор целевого сегмента.
 11. Основные критерии сегментации рынка.
 12. Позиционирование товара на рынке.
 13. Разработка товарной политики.
 14. Повышение конкурентоспособности товара и управление его качеством.
 15. Управление жизненным циклом товара.
 16. Ассортиментная политика организации и ее составляющие.
 17. Разработка ценовой политики: определение общей ценовой политики.
 18. Планирование товародвижения.
 19. Основные каналы сбыта товаров и услуг.
 20. Стратегии сбыта товаров.
 21. Специфика оптовой и розничной торговли.
 22. Разработка коммуникационной политики организации.
 23. Выбор канала распространения рекламы.
 24. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
 25. Стимулирование сбыта, сервисная политика и прямые продажи.
 26. Особенности маркетинга в сфере услуг.
 27. Природа и основные характеристики услуг.
 28. Некоммерческий маркетинг: особенности и виды некоммерческого маркетинга.
 29. Особенности международного маркетинга.
 30. Основные конкурентные стратегии.
 31. Стратегии маркетинговой деятельности.
 32. Основные состояния спроса и соответствующие им стратегии маркетинга.
 33. Основные составляющие программы маркетинга.
 34. Товарные марки. Защита интеллектуальной собственности. Фирменный стиль.
 35. Ценообразование на разных типах рынков.
 36. Методики расчета исходной цены.
 37. Система маркетингового контроля.
 38. Основные характеристики товарной номенклатуры.
 39. Понятие рекламы и ее виды.
 40. Изучение фирм-конкурентов в системе маркетинга.
 41. Товарные стратегии. Матрица Бостонской консалтинговой группы.
 42. Ценовая политика: факторы, влияющие на цены. Ценовые стратегии.
 43. Основные направления изучения производственно-сбытовых возможностей фирмы.
- SWOT — анализ.
44. Связи с общественностью (PR) как средство коммуникационной политики.

45. Основные направления комплексного исследования рынка в системе маркетинга.
46. Основные концепции маркетинга: производственная, товарная, сбытовая, концепция маркетинга и социально-этического маркетинга.
47. Основные методы сбора первичной информации при проведении маркетинговых исследований.
48. Основные виды товарных марок: преимущества и недостатки.
49. Кросс-культурное взаимодействие и проблема понимания в международном маркетинге.
50. Основные критерии выбора канала распространения рекламы. Оценка эффективности рекламы.

Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС)

1. Перечень ПО

№ п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Операционная система тонких клиентов Wtware	Wtware	Лицензионное
2	Windows server 2008	Microsoft	Лицензионное
3	Microsoft office 2010/2013	Microsoft	Лицензионное
4	Windows 7 Pro	Microsoft	Лицензионное
5	MyTestXPro	MyTestX	Лицензионное
6	Windows server 2012	Microsoft	Лицензионное
7	Windows 8.1	Microsoft	Лицензионное
8	Windows 10 Pro	Microsoft	Лицензионное
9	Dr. Web	Dr. Web	Лицензионное
10	Касперский	Лаборатория Касперского	Свободно распространяемое
11	Adobe Acrobat Reader 9	Adobe Systems	Лицензионное
12	Zoom	Zoom	Свободно распространяемое
13	Discord	Discord	Свободно распространяемое
14	Skype	Skype	Свободно распространяемое

- виды конкуренции, конкурентоспособность организации;
- этапы маркетинговых исследований, их результат.